

# Esperto Universitario

## Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie



## Esperto Universitario Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-sviluppo-creativo-campagne-pubblicitarie](http://www.techtute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-sviluppo-creativo-campagne-pubblicitarie)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Direzione del corso

---

*pag. 12*

04

Struttura e contenuti

---

*pag. 16*

05

Metodologia

---

*pag. 22*

06

Titolo

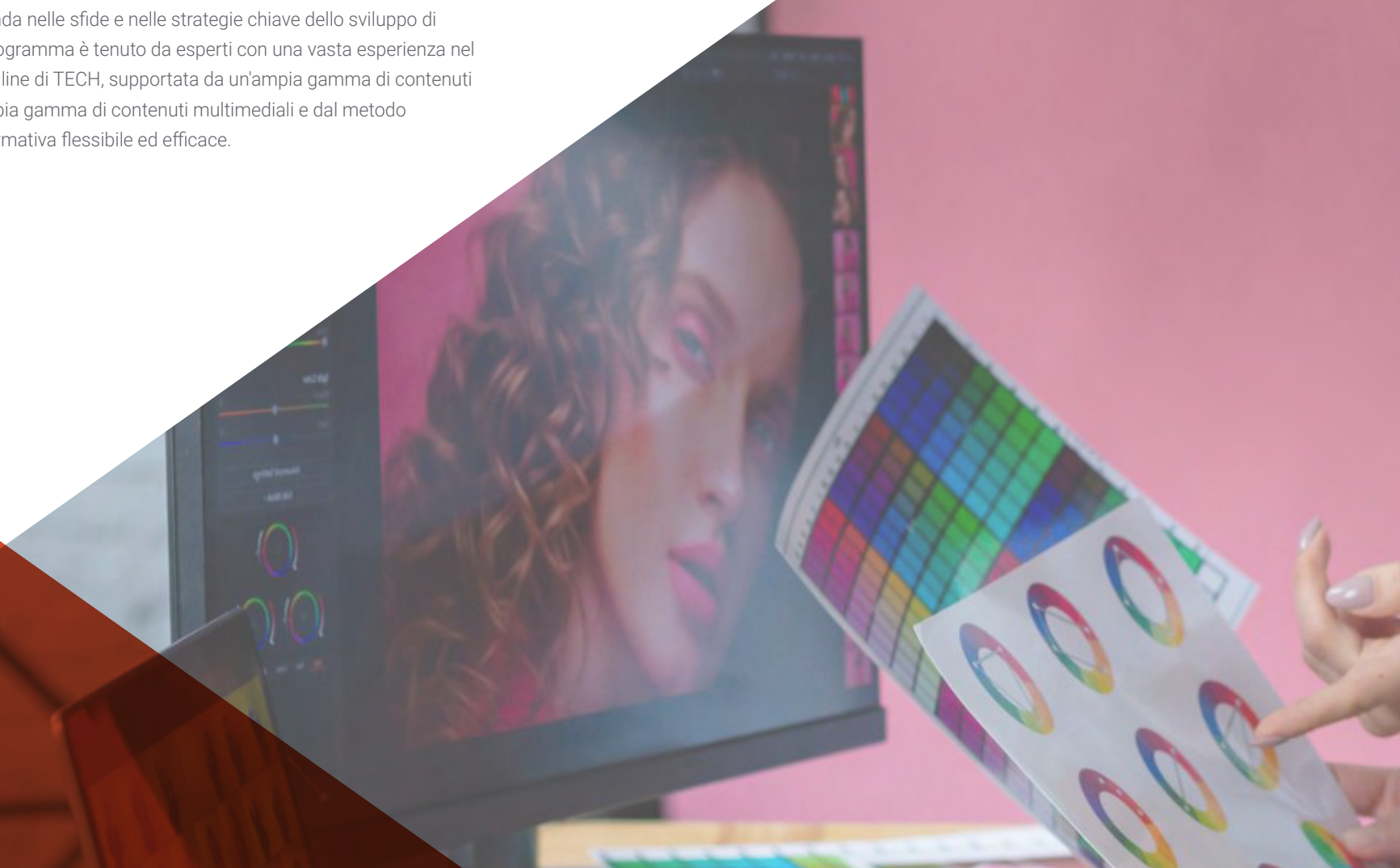
---

*pag. 30*

# 01

# Presentazione

La realtà della pubblicità è diventata sempre più competitiva, con diversi brand che innovano la loro strategia di generazione di contenuti. Ciò significa che il pubblico chiede di essere sorpreso per catturare la sua attenzione. In questo contesto, sia l'originalità che un alto livello di specializzazione sono diventati una necessità per comunicatori e creativi. Ecco perché questo programma offre un'immersione profonda nelle sfide e nelle strategie chiave dello sviluppo di campagne promozionali. A tal fine, il programma è tenuto da esperti con una vasta esperienza nel settore. Inoltre, la metodologia 100% online di TECH, supportata da un'ampia gamma di contenuti multimediali, è in grado di offrire un'ampia gamma di contenuti multimediali e dal metodo *Relearning*, garantisce un'esperienza formativa flessibile ed efficace.



“

*Iscriviti subito a questo programma  
100% online per dare una spinta alla  
tua carriera e sviluppare campagne  
pubblicitarie d'impatto"*



L'industria pubblicitaria è in costante evoluzione, caratterizzata dal cambiamento dei modelli creativi, dall'emergere di nuove tecnologie e dalla crescente richiesta di maggiore efficienza nell'esecuzione delle campagne. Questo contesto richiede ai professionisti della pubblicità di tenersi aggiornati sulle ultime tendenze e di acquisire competenze che permettano loro di distinguersi. È in questo scenario che il programma di TECH Università Tecnologica si presenta come una risorsa essenziale, in grado di fornire una formazione pratica e strategica per eccellere in questo settore dinamico.

Pertanto, il programma di studio di questo Esperto Universitario in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie affronta in modo specifico le sfide contemporanee, approfondendo i modelli creativi in costante evoluzione e l'integrazione efficiente delle nuove tecnologie nelle campagne pubblicitarie. Inoltre, approfondisce la necessità di sviluppare contenuti multiplatforma, *crossmedia* e *transmedia* per entrare efficacemente in contatto con pubblici diversi e attraverso canali differenti. Inoltre, verrà approfondita l'ottimizzazione dello *Storytelling* nei diversi media *online* e *offline*. Questo approccio non solo si adatta alle richieste attuali, ma anticipa e prepara gli studenti alle sfide future.

In termini di metodologia, si distingue per essere al 100% online, consentendo ai professionisti di accedere alla formazione senza restrizioni geografiche. La metodologia *Relearning* viene presentata come un approccio efficace, basato sulla ripetizione di concetti chiave per ancorare le conoscenze e facilitare l'apprendimento continuo. Questa combinazione di flessibilità e approccio pratico garantisce agli studenti non solo l'acquisizione di conoscenze teoriche, ma anche lo sviluppo di competenze immediatamente applicabili sul posto di lavoro.

Questo **Esperto Universitario in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni aggiornate e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet



*Porta la tua carriera professionale a un altro livello con questo Esperto Universitario che si occuperà delle relazioni del pubblicitario con gli altri stakeholder"*

“

*Approfondirai la tua comprensione della necessità di implementare nuove tecnologie per realizzare una pubblicità innovativa"*

Il programma include nel suo personale docente professionisti del settore che contribuiscono a questa formazione con l'esperienza del loro lavoro, oltre a rinomati specialisti di società di riferimento e università di prestigio.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Aggiornati sulle strategie di content marketing efficaci presso la migliore università digitale del mondo secondo Forbes.*

*Iscriviti e acquisirai competenze avanzate di Storytelling per catturare il tuo pubblico e generare impressioni durature sugli utenti.*



# 02

## Obiettivi

La progettazione del programma di questo Esperto Universitario è quello di formare gli studenti nello Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie. A tal fine, approfondisce le competenze essenziali per eccellere in un ambiente pubblicitario competitivo e in costante evoluzione. Inoltre, questo programma approfondisce la rilevanza che il *Branded Content* ha acquisito e il valore aggiunto fornito dalla sua sinergia con il content marketing. Tutti questi obiettivi sono raggiunti in modo semplice ed efficace grazie all'utilizzo dell'innovativa metodologia *Relearning*.







“

*Più di 450 ore dei migliori contenuti multimediali per raggiungere tutti i tuoi obiettivi ti aspettano in questa formazione universitaria"*



## Obiettivi generali

---

- ♦ Migliorare le conoscenze e le competenze professionali per poter realizzare l'integrazione e lo svolgimento del lavoro in un reparto creativo di qualsiasi tipo di agenzia o ufficio marketing
- ♦ Assimilare le conoscenze teorico/pratiche che consentono di svolgere le funzioni creative da qualsiasi prospettiva
- ♦ Acquisire una conoscenza approfondita della relazione tra il creativo e gli altri soggetti che partecipano alla nascita della comunicazione commerciale
- ♦ Mostrare e valutare le nuove tendenze che i professionisti del settore incontreranno ora e in futuro
- ♦ Fornire le competenze necessarie per migliorare il problem solving e sviluppare le competenze professionali essenziali
- ♦ Approfondire la conoscenza di nuovi progetti di valore per la comunicazione commerciale
- ♦ Mostrare la visione della creatività come strumento di collaborazione nello sviluppo della comunicazione
- ♦ Acquisire una conoscenza approfondita degli strumenti più recenti a supporto della creatività
- ♦ Sviluppare azioni e iniziative per migliorare i risultati creativi, in collaborazione con gli altri soggetti coinvolti nella loro ideazione
- ♦ Utilizzare strumenti a supporto della creatività





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Creativa pubblicitaria

- ♦ Comprendere a fondo che cos'è la creatività, come si è sviluppata con l'avanzare delle nuove tecnologie e come influenza le diverse aree professionali
- ♦ Dettagliare le sfide che un creativo deve affrontare
- ♦ Evidenziare i valori della collaborazione creativa
- ♦ Sottolineare l'importanza della creatività nelle diverse professioni
- ♦ Esaminare le condizioni migliori per stimolare la creatività
- ♦ Comprendere il ruolo della creatività nella pubblicità
- ♦ Studiare i riferimenti artistici della creatività
- ♦ Intravedere le sfide di un ambiente mutevole e competitivo
- ♦ Invitare a superare i limiti
- ♦ Aiutare a capire che ogni sfida è un'opportunità per crescere

### Modulo 2. Il *branded content*

- ♦ Evidenziare l'importanza del *branded content* e la sua relazione con il content marketing
- ♦ Spiegare cos'è il *branded content* e le sue analogie con la pubblicità tradizionale
- ♦ Illustrare i requisiti per la creazione di *branded content*
- ♦ Affrontare i tipi di *branded content* che possono avere successo
- ♦ Evidenziare le caratteristiche dei video virali e la loro utilità
- ♦ Presentare il content marketing come componente essenziale della nuova comunicazione
- ♦ Comprendere l'importanza dello *storytelling* e della sua distribuzione su più piattaforme e social network.
- ♦ Studiare le caratteristiche e le differenze degli eventi virtuali

### Modulo 3. Competenze di un creativo pubblicitario

- ♦ Analizzare le competenze professionali necessarie per avere successo nel campo della pubblicità creativa
- ♦ Imparare a cercare lavoro in modo creativo, a costruire un marchio personale forte e a gestire le situazioni di disoccupazione e di cambiamento del settore
- ♦ Imparare ad agire sul lavoro, sia nei momenti di successo che in quelli di insuccesso, e a integrarsi con i propri clienti in situazioni di fallimento e come integrarsi nell'ambiente di lavoro
- ♦ Scoprire le carriere di eccellenti professionisti e aziende creative nei settori del marketing e della pubblicità
- ♦ Aiutare a capire cosa significa successo e come raggiungerlo
- ♦ Affrontare la vita di un creativo, sia dentro che fuori dal mondo del lavoro
- ♦ Imparare come ottenere il massimo dalla professione creativa



*Diventa un creativo pubblicitario d'eccezione e supera i tuoi obiettivi di carriera. Iscriviti subito!*



# 03

## Direzione del corso

Nel suo intento di offrire una formazione d'élite per tutti, TECH si avvale di esperti con un curriculum eccezionale nel campo dello Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie. La vasta esperienza di questi professionisti garantisce una formazione efficace e adeguata alle attuali esigenze del settore. Grazie alle loro conoscenze pratiche e al loro acume strategico, gli studenti riceveranno non solo una preparazione teorica, ma anche una profonda immersione nelle sfide e nelle opportunità del mondo reale. Questi rinomati professionisti del settore pubblicitario guideranno gli studenti durante i 6 mesi di sviluppo accademico del programma.





Home

Portfolio

Services

Team

Contact

Direzione del corso | 13 **tech**

NEVER ENDING

**CREATIVITY**

shaping up your business

GET START



“

*Imparerai a padroneggiare le competenze strategiche che ti catapulteranno verso il successo con i leader del settore pubblicitario creativo"*

## Direzione



### Dott. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Direttore creativo presso El Factor H
- ♦ Direttore Marketing presso La Ibense
- ♦ Direttore Creativo di Eventi presso Beon Worldwide
- ♦ Direttore di *Branded Content* presso Atrium Digital y Mettre
- ♦ Direttore Creativo presso il Grupo de Comunicación del Sur, BSB e FCA BMZ Cid
- ♦ Docente del Master in Gestione della Comunicazione d'Impresa e Istituzionale presso l'Università di Siviglia
- ♦ Coautore del libro *Cómo crear una marca. Manuale di utilizzo e gestione*

## Personale docente

### Dott.ssa Pino Toboso, Esther

- ♦ Direttrice presso Creative Director and Illustrator
- ♦ Cofondatrice di Creative Director and Illustrator
- ♦ Freelance Writer presso Naming
- ♦ Creative Director presso DoubleYou
- ♦ Laurea in Pubblicità e Pubbliche Relazioni conseguita presso l'Università di Barcellona
- ♦ Laurea in Insegnamento presso l'Università di Alcalá





# 04

## Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie offre un'immersione completa nelle sfide e nelle strategie essenziali per eccellere nel settore. Il programma analizza le sfide che i creativi devono affrontare per sviluppare strategie innovative, fornendo strumenti pratici per superare gli ostacoli e promuovere l'originalità. Inoltre, approfondisce concetti cruciali come il content marketing, rivelando come costruire narrazioni persuasive per catturare il pubblico. Inoltre, attraverso 450 ore di contenuti multimediali, affronta situazioni realistiche, formando gli studenti su come agire quando un marchio perde credibilità nel settore.







“

*Con il programma di studi TECH ti  
distinguerai in un settore pubblicitario  
in costante evoluzione”*

## Modulo 1. Creatività pubblicitaria

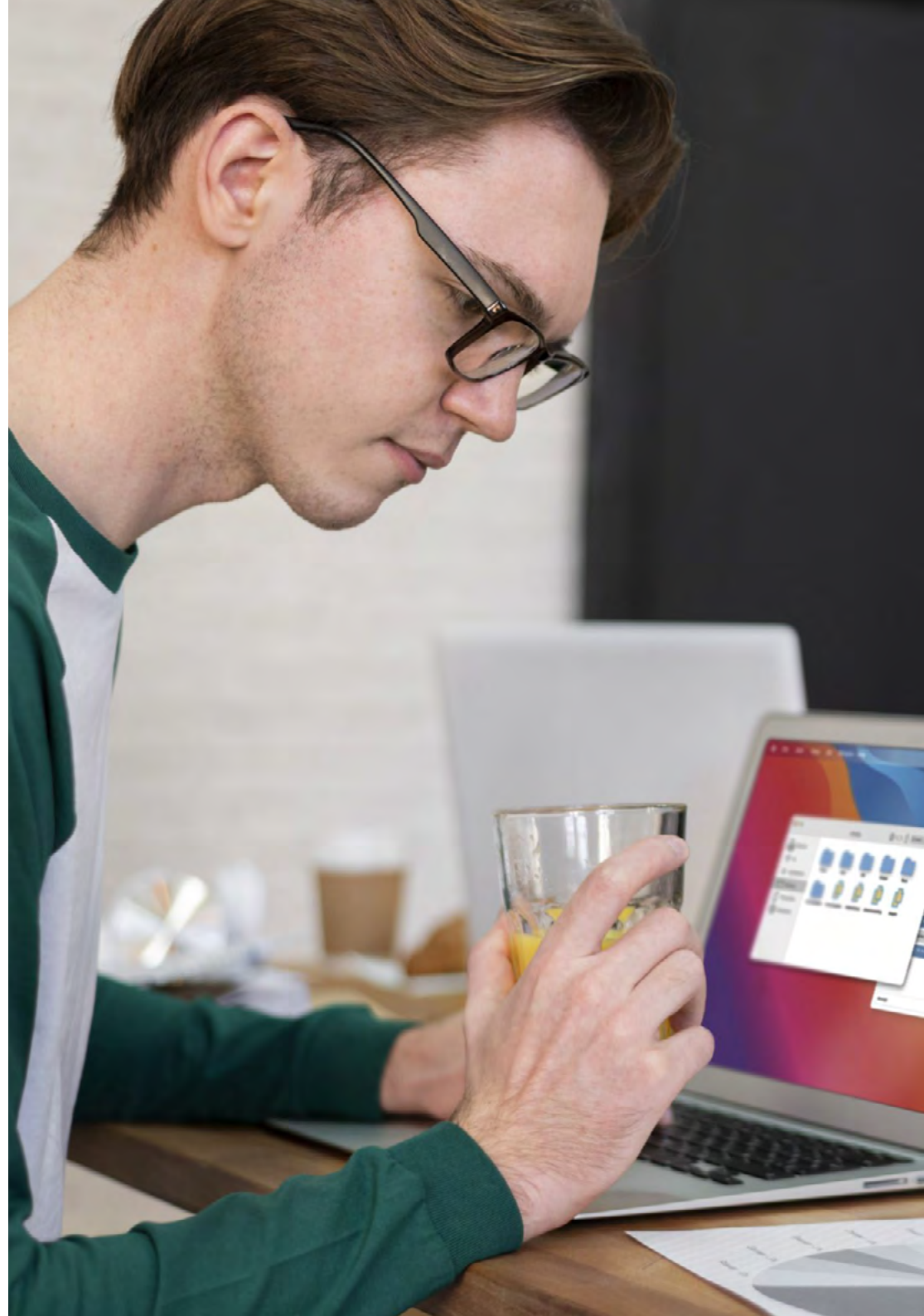
- 1.1. Cos'è la creatività
  - 1.1.1. Definizioni
  - 1.1.2. Modelli creativi in costante cambiamento. L'emergere di nuove tecnologie, la necessità di una maggiore efficienza
  - 1.1.3. Sfide industriali innovative per lo sviluppo di strategie innovative. I benefici della collaborazione
  - 1.1.4. Professioni in cui è richiesta la creatività
  - 1.1.5. Persone che si sono distinte per la loro eccezionale creatività
- 1.2. Le condizioni migliori per creare. La generazione di idee
  - 1.2.1. Le fasi della creatività
  - 1.2.2. Concentrarsi sul problema
  - 1.2.3. Rilassatevi, divertitevi
  - 1.2.4. Sbagliare
  - 1.2.5. Giocare e tecniche per stimolare il gioco
- 1.3. Il soggetto creativo
  - 1.3.1. Requisiti per il creativo
  - 1.3.2. Stabilità
  - 1.3.3. La kryptonite del creativo
  - 1.3.4. Innamorarsi del progetto
  - 1.3.5. Bravo o cattivo creativo?
  - 1.3.6. La memoria del creativo
- 1.4. Sfide del creativo per lo sviluppo di strategie innovative
  - 1.4.1. Relazioni con i clienti: aziende, persone, organizzazioni, territori
  - 1.4.2. Relazioni con altri *stakeholders*: fornitori (fotografi, pianificatori, speaker, designer...), colleghi, responsabili dell'agenzia, intelligenza artificiale, ecc.
  - 1.4.3. Relazioni con i consumatori
  - 1.4.4. L'importanza di creare un team
- 1.5. Il contesto di un progetto creativo
  - 1.5.1. Introduzione sul mercato di un prodotto innovativo
  - 1.5.2. Strategie di approssimazione alla creatività
  - 1.5.3. Prodotti o servizi complessi
  - 1.5.4. Comunicazione personalizzata
- 1.6. Tipi di annunci. Creativi e non creativi
  - 1.6.1. Innovativi, generici, imitazioni, ecc.
  - 1.6.2. Differenze tra annunci originali
  - 1.6.3. Modi per ottenere clienti attraverso la creatività
- 1.7. Creatività artistica nella comunicazione
  - 1.7.1. 21 ragioni per essere creativi
  - 1.7.2. Ciò che chiamiamo arte nella comunicazione
  - 1.7.3. Riferimenti artistici della creatività pubblicitaria
- 1.8. Nuove sfide creative
  - 1.8.1. Nuovi canali, tecnologie, tendenze, ecc.
  - 1.8.2. Lo sviluppo di un nuovo formato
  - 1.8.3. La necessità di implementare le nuove tecnologie in una pubblicità innovativa
  - 1.8.4. L'ingresso dei competitor
  - 1.8.5. Ciclo di vita un'idea
  - 1.8.6. Sostenibilità, linguaggio inclusivo
- 1.9. Tendenze nella creatività pubblicitaria
  - 1.9.1. Il ruolo dei clienti nel processo decisionale
  - 1.9.2. Nuovi metodi e mezzi
  - 1.9.3. Nuove tecnologie
- 1.10. Limiti della creatività pubblicitaria
  - 1.10.1. Accesso alle idee più innovative
  - 1.10.2. Il prezzo di una buona idea
  - 1.10.3. L'importanza di un messaggio
  - 1.10.4. La mappa decisionale
  - 1.10.5. Ricerca del giusto equilibrio

## Modulo 2. Il *branded content*

- 2.1. Cos'è il *branded content*
  - 2.1.1. Come la pubblicità è simile al *branded content*
  - 2.1.2. Cosa serve per crearlo
  - 2.1.3. Tipologie
  - 2.1.4. Quali contenuti avranno successo
  - 2.1.5. Caratteristiche dei video virali
  - 2.1.6. Utilità
- 2.2. Che cos'è il content marketing?
  - 2.2.1. Contenuti rilevanti e utili
  - 2.2.2. Contenuti interattivi
  - 2.2.3. Storytelling
  - 2.2.4. Contenuti multiplatforma, crossmediali e transmediali
  - 2.2.5. Il valore aggiunto
  - 2.2.6. Creatività sui social network
  - 2.2.7. Come avere successo nei social network
  - 2.2.8. Come far arrivare i nostri contenuti al pubblico
- 2.3. Creatività multimediale
  - 2.3.1. Podcast
  - 2.3.2. **Videocast**
  - 2.3.3. *Photosharing*
  - 2.3.4. Piattaforme di presentazioni
  - 2.3.5. Video
- 2.4. Che cos'è un evento?
  - 2.4.1. Cos'è
  - 2.4.2. Differenza tra la creatività di una pubblicità e di un evento
  - 2.4.3. L'interattività di una pubblicità e l'interattività di un evento
- 2.5. Perché si celebra un evento
  - 2.5.1. Festeggiamenti e intrattenimento
  - 2.5.2. Marketing e promozione
  - 2.5.3. Educazione e formazione
  - 2.5.4. Reti e connessioni
  - 2.5.5. Responsabilità sociale e raccolta fondi
- 2.6. Come nasce l'idea dell'evento
  - 2.6.1. Come generare idee creative
  - 2.6.2. Come sviluppare una proposta dettagliata
  - 2.6.3. Conclusioni
- 2.7. Dove e come organizzare un evento
  - 2.7.1. L'evento giusto nel posto giusto
  - 2.7.2. Il giusto budget
  - 2.7.3. Non c'è spazio per l'improvvisazione
  - 2.7.4. Il cibo giusto
  - 2.7.5. Cosa può andare storto in un evento Esempi
  - 2.7.6. Un piano B
- 2.8. Come emozionare in un evento
  - 2.8.1. Sorprendere agli eventi
  - 2.8.2. L'empatia durante gli eventi
  - 2.8.3. I sentimenti
- 2.9. Creatività nell'intero processo organizzativo
  - 2.9.1. Creatività nella creazione di idee
  - 2.9.2. Creatività nella progettazione dell'esperienza
  - 2.9.3. Creatività nella pianificazione e la logistica
  - 2.9.4. Creatività nella progettazione materiali e promozione
  - 2.9.5. Creatività nella progettazione di esperienze interattive e partecipative
  - 2.9.6. Sorprese ed elementi inaspettati
  - 2.9.7. Creatività nell'intrattenimento e nei contenuti
  - 2.9.8. Creatività nella risoluzione di problemi al momento
  - 2.9.9. Creatività anche al momento del ritiro
  - 2.9.10. Creatività nel pre-evento e nel post-evento
- 2.10. Eventi virtuali
  - 2.10.1. Che cos'è un evento virtuale?
  - 2.10.2. Differenze tra un evento virtuale e un evento presenziale
  - 2.10.3. La creatività negli eventi virtuali

### Modulo 3. Competenze di un creativo pubblicitario

- 3.1. Professioni
  - 3.1.1. Professioni legate al marketing
  - 3.1.2. Professioni legate alla pubblicità
  - 3.1.3. Esempi
- 3.2. Come individuare il talento
  - 3.2.1. Competenze relative alla creatività pubblicitaria
  - 3.2.2. Attività relative alla creatività pubblicitaria
  - 3.2.3. Esempi
- 3.3. Come trovare lavoro nella pubblicità creativa
  - 3.3.1. Come candidarsi per un lavoro in modo creativo
  - 3.3.2. Come costruire un marchio che garantisca la stabilità del lavoro
  - 3.3.3. Affrontare un periodo di disoccupazione
  - 3.3.4. Come adattarsi ai cambiamenti del settore
- 3.4. Come agire sul posto di lavoro
  - 3.4.1. Quando si ha successo
  - 3.4.2. Quando si fallisce
  - 3.4.3. Come integrarsi
- 3.5. Come agire quando il marchio perde credibilità nel settore
  - 3.5.1. Riposizionamento del brand
  - 3.5.2. Rilancio del brand
  - 3.5.3. Esempi
- 3.6. Traiettorie di artisti creativi di riferimento
  - 3.6.1. Creativi del marketing
  - 3.6.2. Creativi della pubblicità
  - 3.6.3. Esempi







- 3.7. Traiettorie di imprese di riferimento
  - 3.7.1. Aziende e dipartimenti di marketing
  - 3.7.2. Aziende pubblicitarie
  - 3.7.3. Esempi
- 3.8. Come avere successo
  - 3.8.1. Cosa è il successo
  - 3.8.2. Pensando bene, si avrà successo
  - 3.8.3. Esempi
- 3.9. Com'è la vita di un creativo
  - 3.9.1. Sul lavoro
  - 3.9.2. Fuori dal lavoro
  - 3.9.3. Conclusioni
- 3.10. Come ottenere il massimo dalla professione creativa
  - 3.10.1. Passione per la creatività
  - 3.10.2. Gestione dello stress e il blocco creativo
  - 3.10.3. Coltivando la creatività personale

“

*Questo programma ti permetterà di padroneggiare i Brief creativi e le proposte persuasive ai clienti. Non dubitare e unisciti a questo Esperto Universitario”*

05

# Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”



## Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"*



*Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.*



*Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi reali.*

### Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

*Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.*

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.







Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.*

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



#### Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



#### Pratiche di competenze e competenze

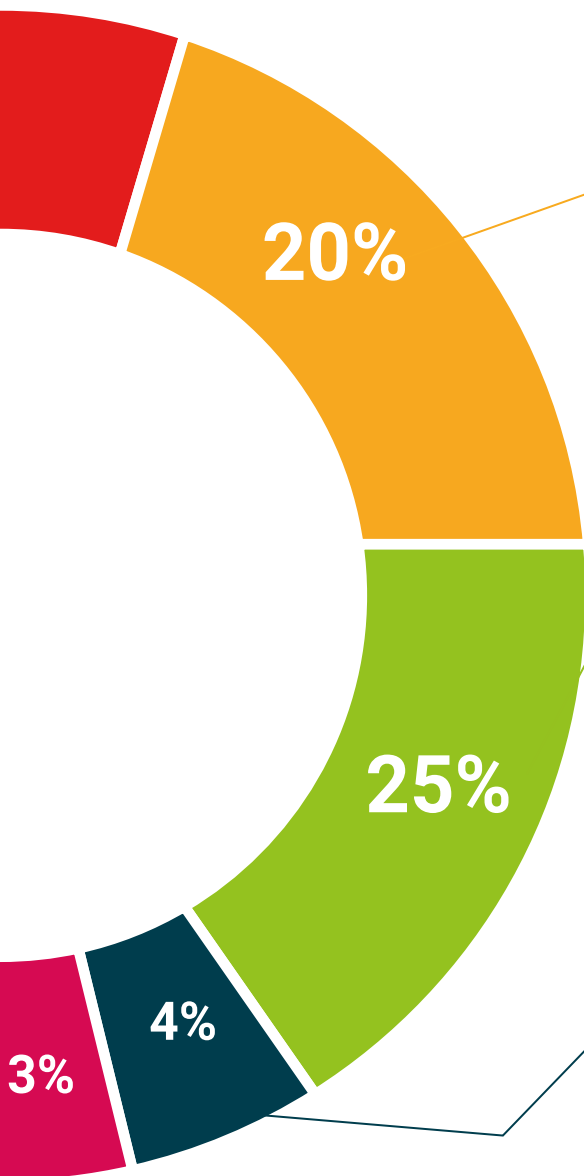
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





#### Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



#### Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



#### Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.





06

# Titolo

L'Esperto Universitario in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”*

Questo **Esperto Universitario in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



\*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



futuro  
salute fiducia persone  
educazione informazione tutor  
garanzia accreditamento insegnamento  
istituzioni tecnologia apprendimento  
comunità impegno  
attenzione personalizzata innovazione  
conoscenza presente qualità  
formazione online  
sviluppo istituzioni  
classe virtuale lingue

**tech** università  
tecnologica

**Esperto Universitario**  
Sviluppo Creativo delle  
Campagne Pubblicitarie

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

# Esperto Universitario

## Sviluppo Creativo delle Campagne Pubblicitarie

