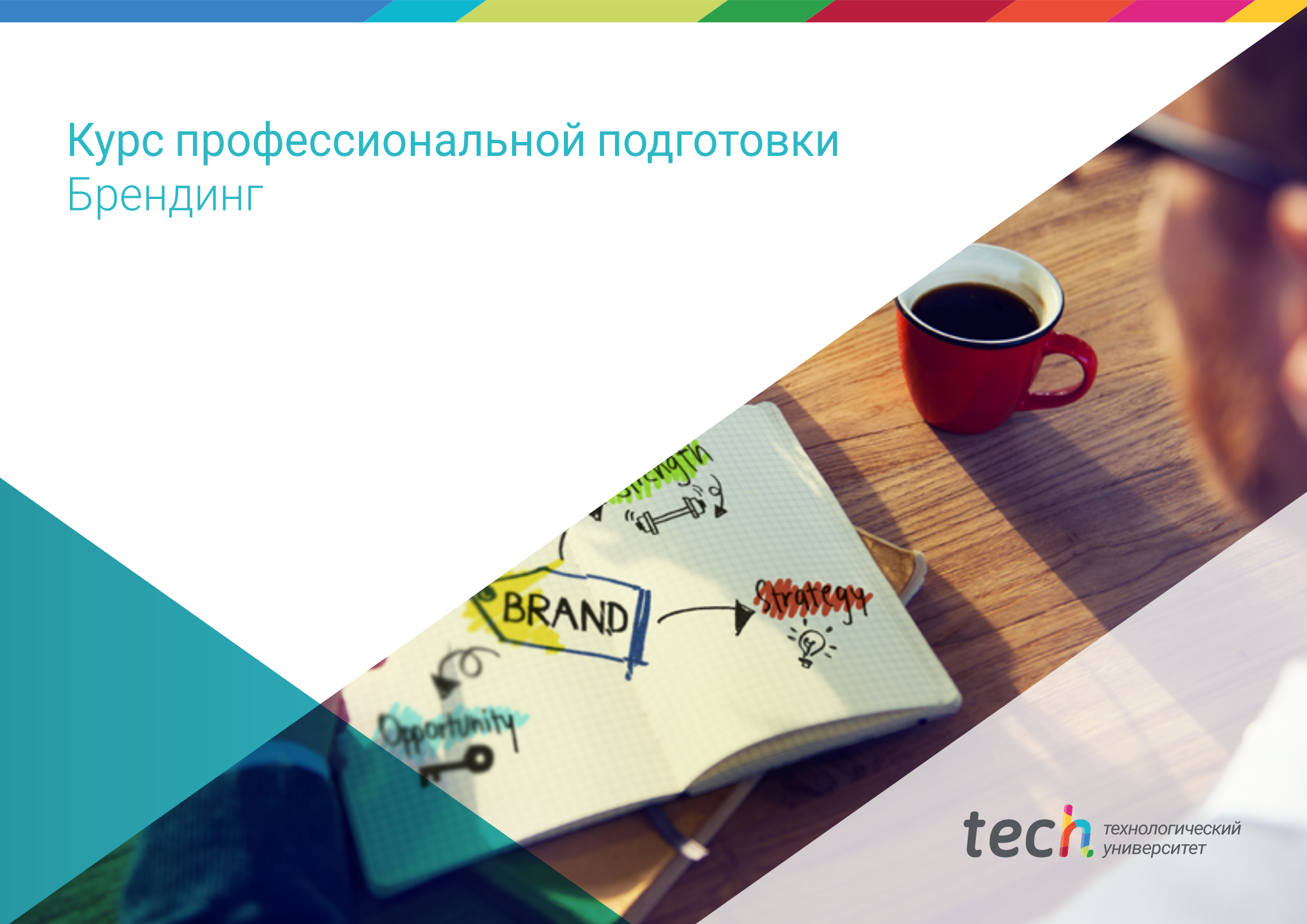
Курс профессиональной подготовки
Брендинг



tech технологический университет

tech технологический университет

Курс профессиональной подготовки
Брендинг

- Формат: **онлайн**
- Продолжительность: **6 месяцев**
- Учебное заведение: **TECH Технологический университет**
- Расписание: **по своему усмотрению**
- Экзамены: **онлайн**

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/design/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-branding

Оглавление

01
Презентация
стр. 4

02
Цели
стр. 8

03
Структура и содержание
стр. 12

04
Методология
стр. 20

05
Квалификация
стр. 28

01

Презентация

Брендинг или разработка бренда – одна из самых востребованных областей работы в графическом дизайне. На данной программе обучения, специально созданной для профессионалов в этом секторе, вы приобретете необходимые навыки для уверенной и эффективной работы. С этой целью мы предлагаем возможность приобрести навыки специализированного профессионала в ходе обучения, которое обеспечит профессиональный, легко совмещая обучение обучения с работой или личной жизнью. Уникальная возможность для развития и карьерного роста.

Высокоинтенсивное образовательное обучение, которое позволит вам развиваться в области брендинга с поддержкой лучших профессионалов в этом секторе"

Данный Курс профессиональной подготовки в области брендинга был построен таким образом, чтобы предложить интересный, интерактивный и, прежде всего, высокоэффективный процесс обучения для подготовки во всех областях, связанных с этим сектором. Для этого предлагается очень ясный и непрерывный план обучения, который также на 100% совместим с другими обязанностями.

Благодаря эксклюзивной методологии, данный Курс профессиональной подготовки познакомит вас со всеми способами работы в области брендинга, которые необходимы профессионалу, чтобы быть в курсе последних достижений и изучать меняющиеся явления этой формы коммуникации.

Поэтому в данной программе будут рассмотрены аспекты, которые необходимо знать дизайнеру для планирования, разработки и завершения полного брендинга. Образовательный путь, который расширит ваши компетенции и поможет вам решить задачи, стоящие перед ведущим специалистом.

Курс профессиональной подготовки в области брендинга представлен как подходящий вариант для профессионала, который решает работать фрилансером, но также быть частью любой организации или компании. Интересный путь для профессионального развития, который поможет получить вам специальные знания в рамках этой учебной программы.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области брендинга** содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями программы являются:

- Изучение большого количества практических кейсов, представленных экспертами
- Графическое, схематичное и очень практичное содержание
- Обновленные данные и передовые разработки в этой области
- Применение практических заданий для самопроверки и улучшения обучения
- Инновационные и высокоэффективные методики
- Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и индивидуальная работа
- Доступ к учебным материалам с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет

Данная программа позволит вам усовершенствовать свои навыки и обновить знания в области брендинга"

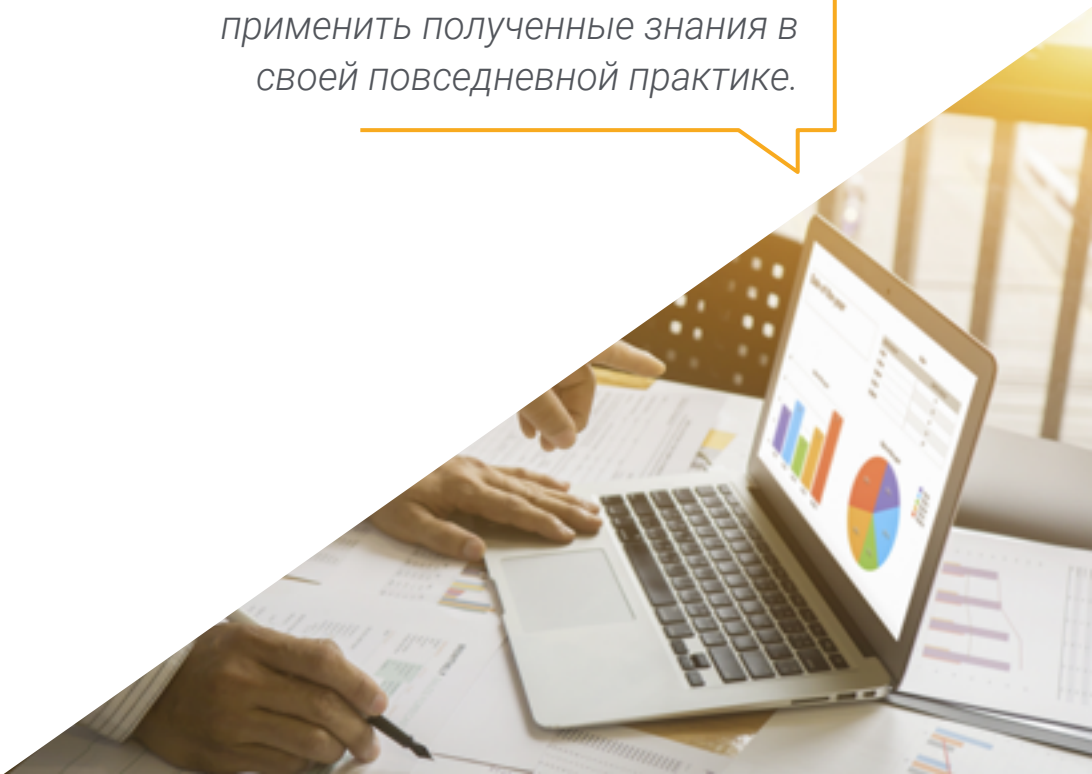
Все необходимые знания для специалиста в области графического дизайна в этой области, собранные на Курсе профессиональной подготовки с высокой образовательной эффективностью, позволят оптимизировать ваши усилия с наилучшими результатами"

Практическое и интенсивное обучение, которое даст вам все инструменты, необходимые для работы в этой области, в рамках специализированного и узконаправленного Курса профессиональной подготовки.

Это учебный курс, разработанный для того, чтобы вы могли сразу же применить полученные знания в своей повседневной практике.

Разработка данной программы направлена на практическое применение предлагаемого теоретического обучения. Благодаря наиболее эффективным системам обучения, проверенным методам, заимствованным из самых престижных университетов мира, вы сможете получить новые знания в исключительно практической форме. Таким образом, мы стремимся превратить ваши усилия в настоящие и актуальные навыки.

Онлайн-система — это еще одна сильная сторона нашего подхода к обучению. Благодаря интерактивной платформе, использующей преимущества последних технологических разработок, мы предлагаем вам самые современные виртуальные цифровые технологии обучения. Таким образом, мы можем предложить вам способ обучения, который полностью адаптируется к вашим потребностям, чтобы вы могли идеально совмещать обучение с вашей личной или профессиональной жизнью.



02

Цели

Цель данного Курса профессиональной подготовки в области брендинга – предложить профессионалам полный способ приобретения знаний и навыков для профессиональной практики в этом секторе, с гарантией обучения у лучших и посредством учебного процесса, основанного на практике, которое позволит им дополнить специализацию необходимыми знаниями для выполнения своей работы с полной уверенностью и профессионализмом.

Наша цель проста: помочь вам получить наиболее полное обновление знаний на Курсе профессиональной подготовки, который полностью совместим с вашей работой и личной жизнью"

Общая цель

- Изучить все аспекты брендинга во всех различных видах СМИ, в которых он может быть разработан

Возможность, созданная для профессионалов, ищущих интенсивную и эффективную программу, чтобы сделать значительный шаг вперед в практике своей профессии"

Конкретные цели

Модуль 1. Введение в цвет

- Понять важность цвета в визуальной среде
- Приобрести способность наблюдать, организовывать, различать и управлять цветом
- Применять психологические и семиотические основы цвета в дизайне
- Захватывать, применять и подготавливать цвет для использования в физических и виртуальных средствах массовой информации
- Приобрести способность выносить независимые суждения с помощью аргументов
- Уметь самостоятельно документировать, анализировать и интерпретировать документальные и литературные источники, руководствуясь собственными критериями

Модуль 2. Корпоративный имидж

- Понять основные понятия, которые являются частью коммуникационной политики организации: ее идентичность, ее культура, способы коммуникации, имидж, бренд, репутация и социальная ответственность
- Понять, какими стратегическими областями должен управлять графический дизайнер в коммуникативном процессе графической и визуальной идентичности брендов
- Изучить теоретико-практические инструменты и стратегии, способствующие управлению корпоративной и институциональной коммуникацией в организациях всех видов
- Узнать, как правильно выбрать метод организации информации и коммуникации для правильного использования бренда
- Исследовать и выявить наиболее значимые элементы компании-клиента, а также их потребности для создания коммуникационных стратегий и сообщений
- Разработать регламентированную систему основных графических стандартов, основанных на элементах визуальной идентичности/брендинга

Модуль 3. Создание портфолио

- Создавать аудиовизуальные повествования с правильным применением критериев практичности и интерактивности
- Определять фигуру дизайнера на рынке труда
- Знать техники, методы, инструменты и сети для продвижения личной работы
- Разобраться в этических стандартах, которым необходимо следовать в профессиональной практике
- Уметь определять в себе сильные и слабые стороны
- Уметь экономически оценивать собственный труд

Модуль 4. Типография

- Знать синтаксические принципы графического языка и применять его правила для ясного и точного описания объектов и идей
- Знать происхождение букв и их историческое значение
- Распознавать, изучать и последовательно применять типографию в графических процессах
- Знать и применять эстетические основы типографии
- Уметь анализировать расположение текстов в объекте дизайна

03

Структура и содержание

Структура содержания была разработана командой профессионалов, осознающих актуальность современного обучения, чтобы уверенно и успешно продвигаться на рынке труда в условиях конкурентоспособности и осуществлять свою профессиональную деятельность с уровнем мастерства, которое достигается только с помощью самого лучшего обучения.

Данный Курс профессиональной подготовки в области брендинга содержит самую полную и современную программу на рынке”

Модуль 1. Введение в цвет

1.1. Цвет, принципы и свойства
- 1.1.1. Введение в цвет
- 1.1.2. Свет и цвет: хроматическая синестезия
- 1.1.3. Атрибуты цвета
- 1.1.4. Пигменты и красители

1.2. Цвета в хроматическом круге
- 1.2.1. Хроматический круг
- 1.2.2. Холодные и теплые цвета
- 1.2.3. Основные цвета и производные
- 1.2.4. Цветовые отношения: гармония и контраст

1.3. Психология цвета
- 1.3.1. Построение значения цвета
- 1.3.2. Эмоциональная нагрузка
- 1.3.3. Денотативное и коннотативное значение
- 1.3.4. Эмоциональный маркетинг. Бремя цвета

1.4. Теория цвета
- 1.4.1. Научная теория. Исаак Ньютон
- 1.4.2. Теория цвета Гете
- 1.4.3. Присоединение к теории цвета Гете
- 1.4.4. Психология цвета по мнению Евы Хеллер

1.5. Требование классификации цветов
- 1.5.1. Двойной конус Гильермо Оствальда
- 1.5.2. Твердое Альберта Манселла
- 1.5.3. Куб Альфреда Хикетира
- 1.5.4. Треугольник CIE (Международная комиссия по освещению)

1.6. Индивидуальное изучение цветов
- 1.6.1. Черное и белое
- 1.6.2. Нейтральные цвета. Шкала серого цвета
- 1.6.3. Монохромный, бихромный, полихромный
- 1.6.4. Символические и психологические аспекты цветов

1.7. Модели цветов
- 1.7.1. Субтрактивная модель. Цветовой режим CMYK
- 1.7.2. Аддитивная модель. Цветовой режим RGB
- 1.7.3. Модель HSB
- 1.7.4. Система Pantone. Пантонера

1.8. От Баухауса до Мураками
- 1.8.1. Баухаус и его художники
- 1.8.2. Гештальт-теория в работе с цветом
- 1.8.3. Джозеф Альберс. Взаимодействие цвета
- 1.8.4. Мураками, коннотации отсутствия цвета

1.9. Цвет в дизайнерском проекте
- 1.9.1. Поп-арт. Цвет культур
- 1.9.2. Творчество и цвет
- 1.9.3. Современные художники
- 1.9.4. Анализ с различных точек зрения и перспектив

1.10. Управление цветом в цифровой среде
- 1.10.1. Цветовые пространства
- 1.10.2. Цветовые профили
- 1.10.3. Калибровка мониторов
- 1.10.4. Что мы должны иметь в виду

Модуль 2. Корпоративный имидж

2.1. Идентичность
- 2.1.1. Идея идентичности
- 2.1.2. Зачем нужна идентичность?
- 2.1.3. Типы личности
- 2.1.4. Цифровая идентичность

2.2. Корпоративная идентичность
- 2.2.1. Определение. Зачем нужна корпоративная идентичность?
- 2.2.2. Факторы, влияющие на корпоративную идентичность
- 2.2.3. Компоненты корпоративной идентичности
- 2.2.4. Коммуникация идентичности
- 2.2.5. Корпоративная идентичность, брендинг, корпоративный имидж

2.3. Корпоративный имидж
- 2.3.1. Характеристики корпоративного имиджа
- 2.3.2. Для чего нужен корпоративный имидж?
- 2.3.3. Виды корпоративного имиджа
- 2.3.4. Примеры

2.4. Основные идентифицирующие признаки
- 2.4.1. Название или нейминг
- 2.4.2. Логотипы
- 2.4.3. Монограммы

2.5. Факторы запоминания личности
- 2.5.1. Оригинальность
- 2.5.2. Символическое значение
- 2.5.3. Визуальная форма для восприятия
- 2.5.4. Повторение

2.6. Методология процесса создания бренда
- 2.6.1. Изучение сектора и конкуренции
- 2.6.2. Брифинг, персонал
- 2.6.3. Определение стратегии и индивидуальности бренда. Значения
- 2.6.4. Целевая аудитория

2.7. Клиент
- 2.7.1. Понимание, что представляет собой клиент
- 2.7.2. Типологии клиентов
- 2.7.3. Процесс совещания
- 2.7.4. Важность знания клиента
- 2.7.5. Определение бюджета

2.8. Руководство по корпоративной идентичности
- 2.8.1. Правила построения и применения бренда
- 2.8.2. Корпоративная типография
- 2.8.3. Корпоративные цвета
- 2.8.4. Другие графические элементы
- 2.8.5. Примеры корпоративных руководств

2.9. Редизайн идентичности
- 2.9.1. Причины выбора редизайна личности
- 2.9.2. Управление изменением корпоративного стиля
- 2.9.3. Передовой опыт. Визуальные рекомендации
- 2.9.4. Халатность. Визуальные рекомендации

2.10. Проект идентичности бренда
- 2.10.1. Презентация и объяснение проекта. Референсы
- 2.10.2. Brainstorming. Анализ рынка
- 2.10.3. Целевая аудитория, ценность бренда
- 2.10.4. Первые идеи и наброски. Творческие приемы
- 2.10.3. Создание проекта. Типографика и цвета
- 2.10.4. Сдача и корректировка проектов

Модуль 3. Создание портфолио

3.1. Портфолио
- 3.1.1. Портфолио как ваше сопроводительное письмо
- 3.1.2. Важность хорошего портфолио
- 3.1.3. Ориентация и мотивация
- 3.1.4. Практические советы

3.2. Характеристики и элементы
- 3.2.1. Физический формат
- 3.2.2. Цифровой формат
- 3.2.3. Использование мокапов
- 3.2.4. Распространенные ошибки

3.3. Цифровые платформы
- 3.3.1. Сообщества непрерывного образования
- 3.3.2. Социальные сети: Twitter, Facebook, Instagram
- 3.3.3. Профессиональные социальные сети: Linkedin, Infojobs
- 3.3.4. Портфели в облаке: Behance

3.4. Дизайнер в рабочей схеме
- 3.4.1. Вакансии для дизайнера
- 3.4.2. Дизайнерские агентства
- 3.4.3. Графический дизайн для бизнеса
- 3.4.4. Истории успеха

3.5. Как мне преподнести себя с профессиональной точки зрения?
- 3.5.1. Идти в ногу со временем, постоянно перерабатывать
- 3.5.2. Резюме и его важность
- 3.5.3. Распространенные ошибки в резюме
- 3.5.4. Как составить хорошее резюме?

3.6. Новый потребитель
- 3.6.1. Восприятие ценности
- 3.6.2. Определение вашей целевой аудитории
- 3.6.3. Карта эмпатии
- 3.6.4. Личные отношения

3.7. Мой личный бренд
- 3.7.1. Предпринимательство: Поиск цели
- 3.7.2. Преврати свою страсть в работу
- 3.7.3. Экосистема вокруг твоей деятельности
- 3.7.4. Бизнес-модель Canvas

3.8. Визуальная идентичность
- 3.8.1. Нейминг
- 3.8.2. Ценности бренда
- 3.8.3. Основные вопросы
- 3.8.4. Мудборд. Использование Pinterest
- 3.8.5. Анализ визуальных факторов
- 3.8.6. Анализ временных факторов

3.9. Этика и ответственность
- 3.9.1. Этический декалог для практики дизайна
- 3.9.2. Авторские права
- 3.9.3. Дизайн и отказ от военной службы по соображениям совести
- 3.9.4. "Хороший" дизайн

3.10. Цена за мою работу
- 3.10.1. Нужны ли тебе деньги для жизни?
- 3.10.2. Основы бухгалтерского учета для предпринимателей
- 3.10.3. Типы расходов
- 3.10.4. Твоя цена/час. Розничная цена

Модуль 4. Типография

4.1. Введение в типографию
- 4.1.1. Что такое типография?
- 4.1.2. Роль типографии в графическом дизайне
- 4.1.3. Последовательность, контраст, форма и контрформа
- 4.1.4. Взаимосвязь и различия между типографией, каллиграфией и *надписями*

4.2. Множественное происхождение письменности
- 4.2.1. Идеографическое письмо
- 4.2.2. Финикийский алфавит
- 4.2.3. Римский алфавит
- 4.2.4. Каролингская реформация
- 4.2.5. Современный латинский алфавит

4.3. Зарождение типографии
- 4.3.1. Печатный станок, новая эра. Ранние типографы
- 4.3.2. Промышленная революция: литография
- 4.3.3. Модернизм: зарождение коммерческой типографии
- 4.3.4. Авангардисты
- 4.3.5. Межвоенный период

4.4. Роль школ дизайна в типографии
- 4.4.1. Баухаус
- 4.4.2. Герберт Байер
- 4.4.3. Гештальтпсихология
- 4.4.4. Швейцарская школа

4.5. Актуальная типография
- 4.5.1. 1960-1970 годы, предвестники восстания
- 4.5.2. Постмодернизм, деконструктивизм и технология
- 4.5.3. Куда движется типография?
- 4.5.4. Шрифты, отвечающие современным тенденциям

4.6. Типографская форма I
- 4.6.1. Анатомия письма
- 4.6.2. Измерения и атрибуты типа
- 4.6.3. Семейства шрифтов
- 4.6.4. Верхний регистр, нижний регистр и маленькие прописные буквы
- 4.6.5. Разница между типографией, шрифтом и семейством шрифтов
- 4.6.6. Филе, линии и геометрические элементы

4.7. Типографская форма II
- 4.7.1. Комбинация шрифтов
- 4.7.2. Форматы шрифтов (PostScript-TrueType-OpenType)
- 4.7.3. Лицензии шрифтов
- 4.7.4. Кто должен покупать лицензию, клиент или дизайнер?

4.8. Вычитка. Составление текста
- 4.8.1. Расстояние между буквами. *Трекинг* и *кернинг*
- 4.8.2. Пространство между словами. Четырехугольник
- 4.8.3. Расстояние между строками
- 4.8.4. Основная часть текста
- 4.8.5. Атрибуты текста

4.9. Рисунок букв
- 4.9.1. Творческий процесс
- 4.9.2. Традиционные и цифровые материалы
- 4.9.3. Использование графического планшета и ipad
- 4.9.4. Цифровая типография: контуры и растровые изображения

4.10. Типографские плакаты
- 4.10.1. Каллиграфия как основа для рисования букв
- 4.10.2. Как сделать эффектную верстку?
- 4.10.3. Визуальные ссылки
- 4.10.4. Этап создания эскизов
- 4.10.5. Проект

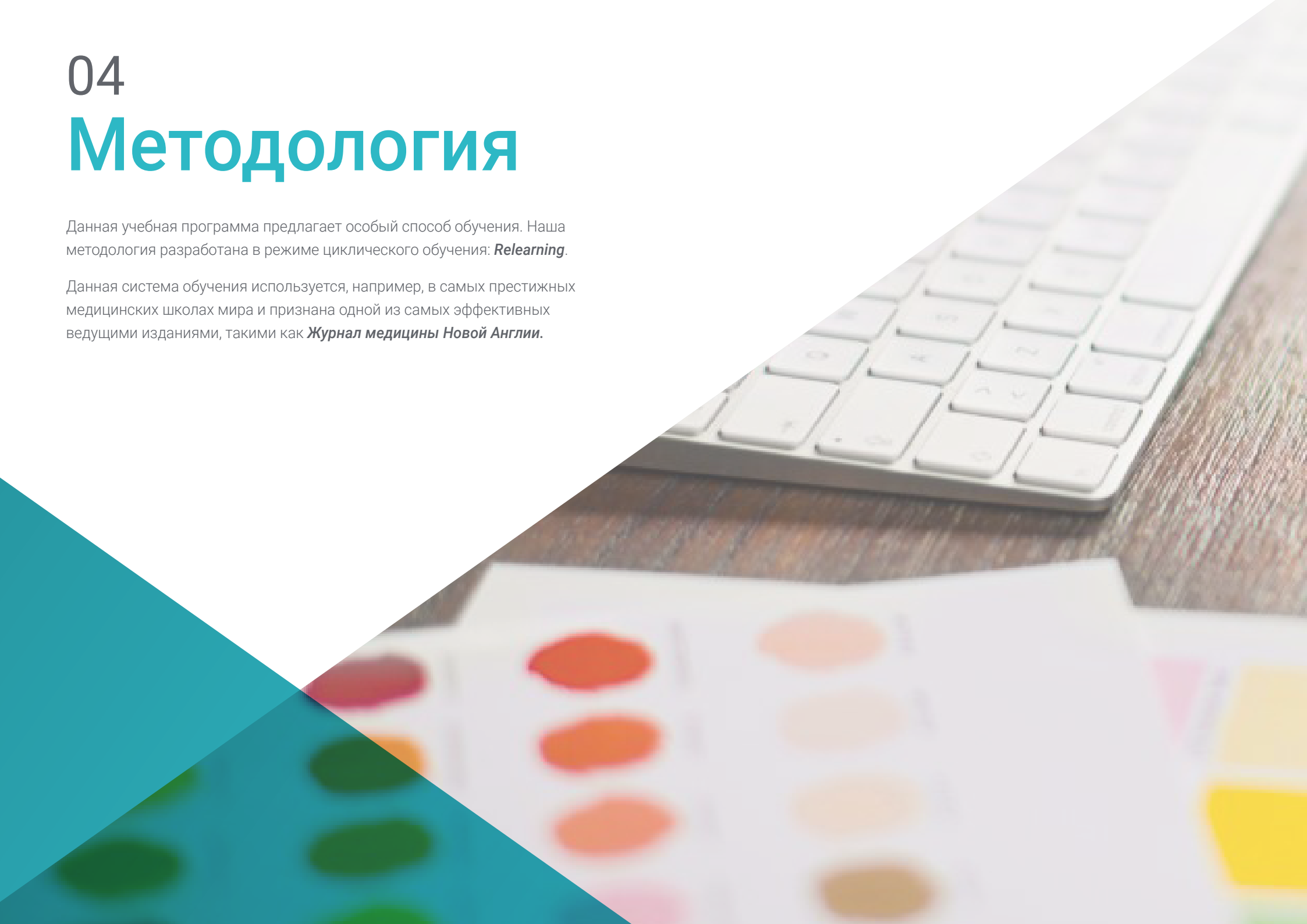
Уникальный, важный и значимый курс обучения для повышения вашей квалификации"

04

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: ***Relearning***.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как ***Журнал медицины Новой Англии.***



Откройте для себя методику Relearning, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания"

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру"

Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.

В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

> *"Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере"*

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения лучшими преподавателями в мире. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

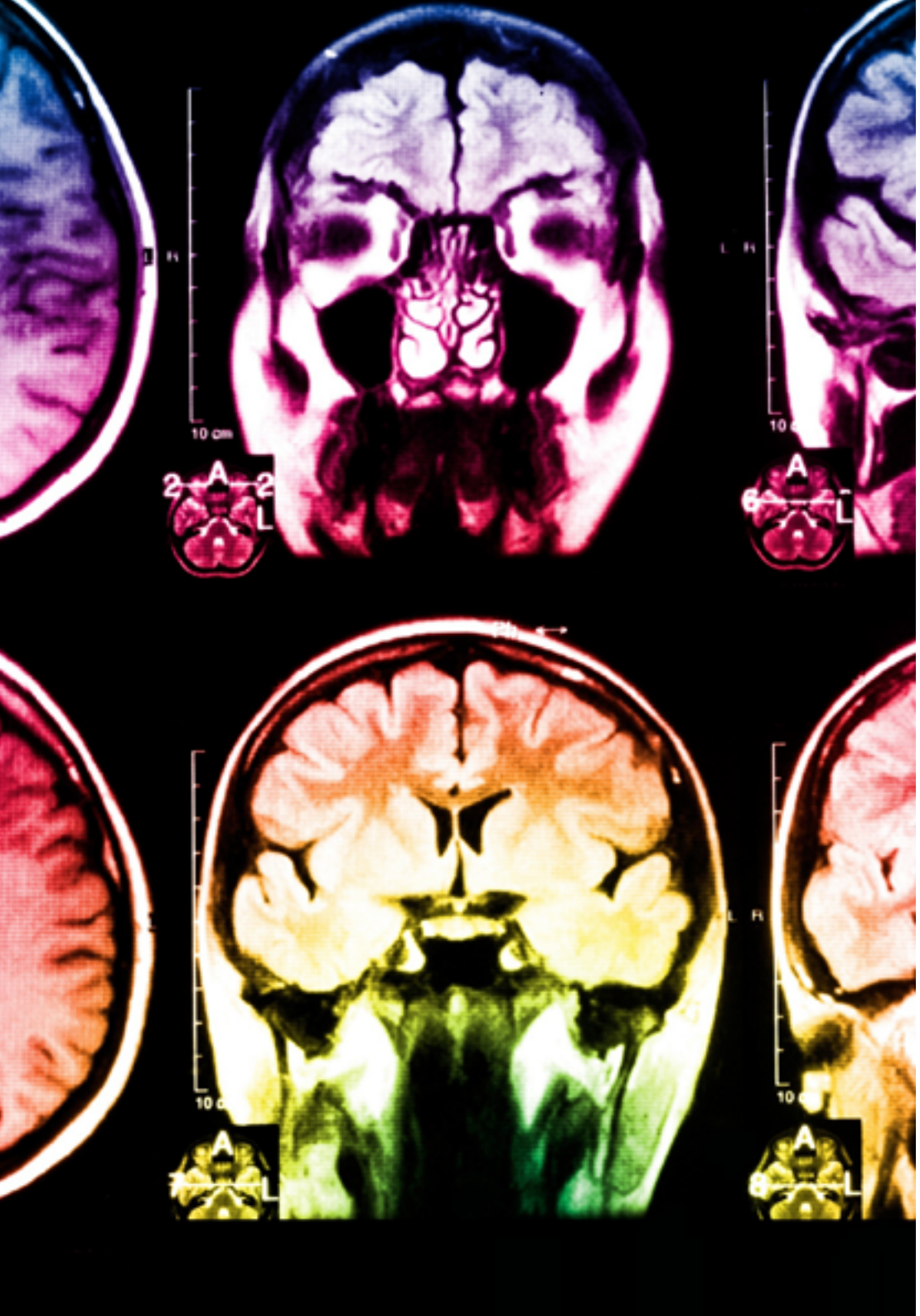
TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:

Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.

Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

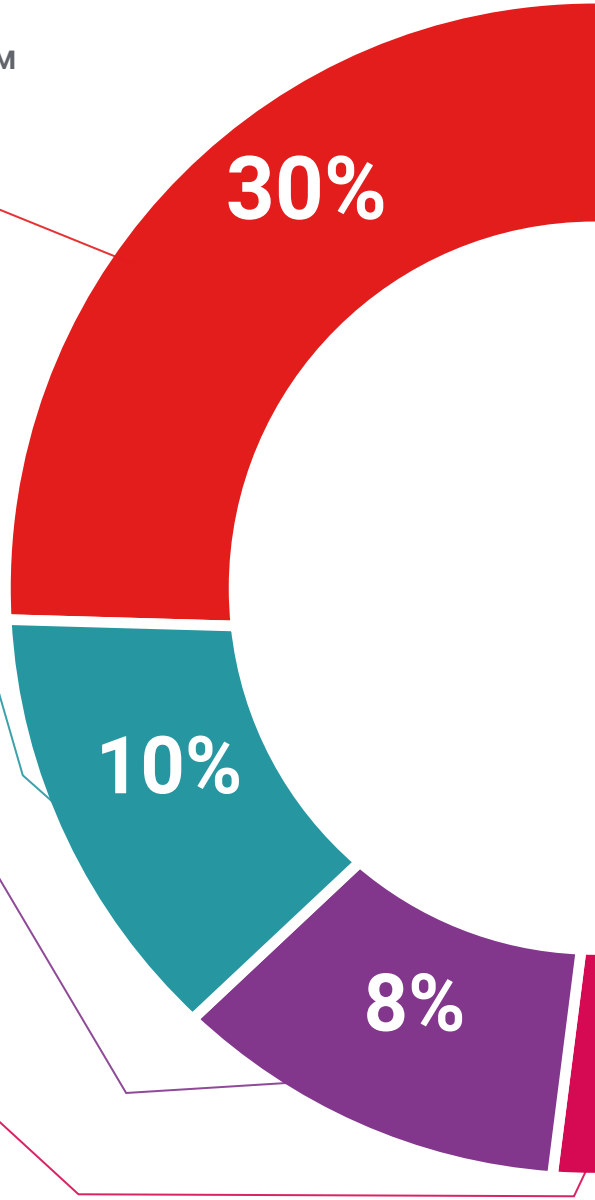
Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.

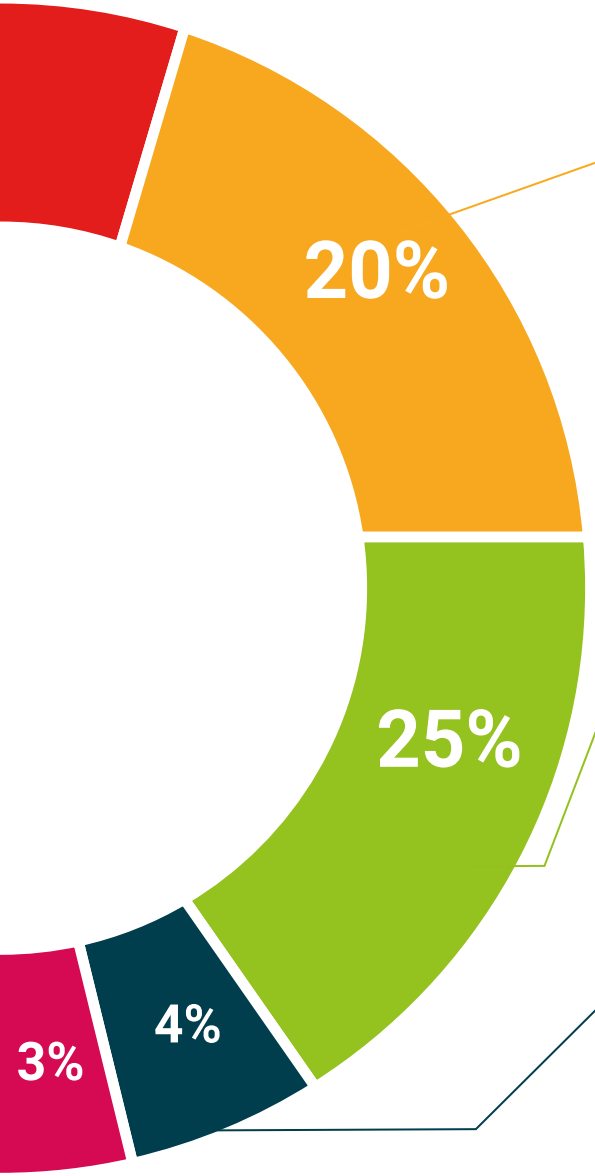
Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.

Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.

Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".

Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.

05

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Брендинг гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов"

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Брендинг** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом.**

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курса профессиональной подготовки в области Брендинг**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**

tech технологический университет

Настоящий

ДИПЛОМ

свидетельствует о том, что

Г-н/Г-жа _____, с документом, удостоверяющий личность_____

Освоил(а) и успешно прошел(ла) аккредитацию программы

КУРС ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

в области

Брендинг

Данный диплом специализированной программы, присуждаемый Университетом, соответствует 600 учебным часам, с датой начала дд/мм/гггг и датой окончания дд/мм/гггг.

TECH является частным высшим учебным заведением, признанным Министерством народного образования Мексики с 28 июня 2018 года.

17 июня 2020 г.

Д-р Tere Guevara Navarro
Ректор

unique TECH code: AFWOR235 techtitute.com/certificates

*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

tech технологический университет

Курс профессиональной подготовки

Брендинг

- Формат: **онлайн**
- Продолжительность: **6 месяцев**
- Учебное заведение: **TECH Технологический университет**
- Расписание: **по своему усмотрению**
- Экзамены: **онлайн**

Курс профессиональной подготовки
Брендинг

tech технологический университет