

专科文凭 创意产业中的沟 通和品牌建设



专科文凭 创意产业中的沟 通和品牌建设

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

网页链接: www.techitute.com/cn/design/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication-branding-creative-industries

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

18

05

方法

24

06

学位

32

01 介绍

创意产业的数量在增加, 因此竞争力也在增加。他们的差异化应该集中在产品的质量上, 但是, 对于公众来说, 创建一个具有代表性并被消费者认可的品牌是至关重要的。因此, 希望在这种类型的公司获得责任职位的设计师必须意识到, 沟通和品牌 必须构成他们资格的重要部分。出于这个原因, TECH设计了这个课程, 这对你未来的职业生涯和你在这个领域的成功发展是至关重要的。



“

专注于创意公司的沟通和
品牌建设,成为能够设计出
吸引公众的品牌的专家”

品牌 和传播战略是任何公司的基本要素, 在谈论创意领域的行业时更是如此。在这个意义上, 品牌 建设可以被定义为建立品牌的过程, 而传播战略则被理解为为实现特定目标而选择的信息。由于其重要性, 这一领域的专业人员的更高资质具有重要的意义。为此, TECH设计了这一学术课程, 重点培训设计师能够领导和管理这些过程, 鼓励创造性, 管理想法和根据公司的目标实施最佳课程。

该课程深入研究了品牌 的概念及其主要战略。这将确定使一个品牌成为现实的过程和所有步骤。其目的是赋予品牌重量, 并展示品牌本身所具有的所有品质, 使客户能够了解公司所具有的价值和愿景, 并使其与竞争对手区分开来。此外, 该部门的传播将从全球角度进行探讨, 包括战略过程, 受众的选择, 战略规划和最合适的 营销 媒体, 以将其付诸实践, 以及其他与该领域有重大关系的方面。

一个100%在线的专科文凭, 将允许学生自己分配学习时间, 因为他们不会受到固定时间表的制约, 也不需要转移到另一个物理位置, 可以选择在一天中的任何时间访问所有内容, 平衡他们的工作和个人生活与学术生活。

这个**创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由创意公司管理方面的专家介绍案例研究的发展
- ◆ 该书的内容图文并茂, 示意性强, 实用性强, 为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- ◆ 可以利用自我评估过程来改善学习的实际练习
- ◆ 他特别关注创意公司在沟通和 品牌方面的创新方法
- ◆ 理论课, 向专家提问, 关于有争议问题的讨论区和个人反思性论文
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



创建成功的沟通活动将提高你的品牌意识, 并建立符合你公司目标的声誉”

“

任何公司的未来在很大程度上取决于它的沟通和品牌活动,所以你这个领域的专业将是你的简历的附加值”

教学人员包括来自设计领域的专业人士,他们将自己的工作经验带到这个课程中,以及来自领先公司和著名大学的公认专家。

由于它的多媒体内容是用最新技术开发的,你将进行沉浸式的学习。即模拟环境将提供沉浸研究真实情况进行训练。

该课程的设计重点是基于问题的学习,通过这种方式,专业人员必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。为此,职业人士将得到由著名专家开发的创新互动视频系统的协助。

这所专科文凭有一个创新的教学方法,这将使学生能够以情境的方式学习,就像他们面临的真实情况一样。

最全面的创意产业沟通和品牌课程,旨在促进你的个人和专业成长。



02 目标

这所大学在TECH的创意产业中的沟通和品牌建设计专科文凭的主要目标是确保设计师获得必要的技能, 将所有的概念和战略付诸实践, 让他们的品牌为人所知, 与公众产生协同效应, 帮助他们的公司在市场上获得成功。这一目标无疑将通过努力和奉献来实现, 并将标志着学生未来就业的起点。



“

建立一个成功的品牌需要大量的努力和奉献,但也有必要发展正确的技能。TECH为您提供这位专科文凭,帮助您实现这一目标”



总体目标

- ◆ 为学生的专业学习提供有用的知识, 为他们提供在个人和专业工作中发展和应用原创思想的技能
- ◆ 了解创造力和创新是如何成为经济的驱动力的
- ◆ 在创意管理领域的新环境和跨学科背景下解决问题
- ◆ 将自己的知识与他人的知识结合起来, 根据每个案例中的现有信息做出明智的判断和推理
- ◆ 知道如何管理关于特定主题的新颖想法的创造和实施过程
- ◆ 获得在创意产业的新背景下管理公司和组织的具体知识
- ◆ 掌握分析当今创意产业发展和转型的经济、社会和文化现实的工具
- ◆ 帮助学生获得必要的技能, 在商业和创业环境中发展和演变他们的专业形象
- ◆ 获得在创意产业的新背景下管理公司和组织的知识
- ◆ 利用现有资源组织和计划任务, 在准确的时间范围内解决这些问题
- ◆ 利用新的信息和通信技术作为研究领域的培训和经验交流的工具
- ◆ 培养书面和口头沟通技巧, 并在日常实践中的进行有效的专业演讲
- ◆ 掌握市场研究技能, 战略眼光, 数字方法和共同创造



获得必要的技能来管理
你的公司的业务沟通”





- ◆ 获得新创意产业的知识
- ◆ 深入了解创意产业在经济层面上的重要性
- ◆ 获得视觉和表演艺术的深入知识
- ◆ 获得对历史、自然和文化遗产的深入了解

- ## 模块2.创意品牌建设: 创意品牌传播和管理

- ### 模块3.新的数字营销策略

- ◆ 应用数字 营销 工具, 考虑到信息将到达的受众
- ◆ 开展网络分析, 为公司提供信息, 知道如何指导其广告战略
- ◆ 使用社交网络作为营销 和广告工具
- ◆ 应用内向型营销工具

03 课程管理

这所大学的创意产业传播与品牌专家在TECH的教学团队是由在该领域有丰富经验的专业人士组成的,他们了解高质量课程对提高该领域设计师的资质的重要性。这样一来,他们就把所有的精力都放在了创建当今市场上最完整的学术课程上,这对那些希望在创意企业领域进行专业发展的人来说是非常有用的。



“

顶级讲师将向你传授创意产业中沟通 and 品牌建设的关键”

国际客座董事

S. Mark Young 是一位享誉国际的专家, 他的研究重点集中在娱乐行业。他的成果获得了众多认可, 其中包括2020年由美国会计协会颁发的会计与管理生涯奖。此外, 他因其对这些领域学术文献的贡献而三次获奖。

他的职业生涯中的一个重要里程碑是与Drew Pinsky博士合作出版的研究《自恋和名人》。该研究收集了来自电影和电视明星的直接数据。这篇文章分析了名人的自恋行为如何在现代媒体中被正常化, 以及这对当代青年的影响。

在他的职业生涯中, 杨先生深入研究了电影行业的组织和集中。他特别探讨了预测重要电影票房成功的模型。此外, 他在基于活动的会计和控制系统设计方面做出了贡献。

在学术界, 他被选为南加州大学马歇尔商学院的乔治·博赞尼克和霍尔曼·赫特研究主席。他还在会计、新闻学和传播学相关课程中发表演讲并参与研究项目。



Young, S. Mark 博士

- 南加州大学马歇尔商学院乔治·博赞尼克和霍尔曼·赫特研究主席, 美国洛杉矶
- 南加州大学男子网球队官方历史学家
- 专注于电影行业预测模型的学术研究员
- 《自恋和名人》合著者
- 匹兹堡大学会计学博士
- 俄亥俄州立大学会计硕士
- 奥柏林学院经济学学士
- 成员: 卓越教学中心

“

感谢 TECH, 您将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

管理人员



Velar, Marga 医生

- ◆ 在SGN集团(纽约)担任企业 营销经理
- ◆ 前时尚实验室主任
- ◆ 维拉努瓦大学中心,ISEM时尚 商学院和纳瓦拉大学通信学院的讲师
- ◆ 马德里卡洛斯三世大学通信学博士
- ◆ 康普鲁坦斯大学Villanueva大学中心的视听通信学位, 并获得通信和时尚管理文凭
- ◆ 在ISEM时尚商学院 Fashion Business School攻读时尚商业管理MBA

教师

Arroyo Villoria, Cristina 女士

- ◆ 在 factoría de industrias creativas担任合伙人和项目与创业主任
- ◆ 战略规划,业务发展以及沟通和营销战略
- ◆ 巴亚多利德大学的劳动科学学士学位
- ◆ 在圣巴勃罗中欧商学院获得人力资源管理硕士学位
- ◆ 必维Business School的教育技术硕士学位



Table 1: Estimated Monthly Sales
for employees at company

Employee	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
Adrian	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	18,901	19,012	20,123	21,234	22,345	23,456	200,000
Ben	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	18,901	19,012	20,123	21,234	22,345	180,000
Carl	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	18,901	19,012	20,123	21,234	160,000
Dan	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	18,901	19,012	20,123	140,000
Eve	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	18,901	19,012	120,000
Fred	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	18,901	100,000
Grace	6,789	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	17,890	80,000
Heidi	5,678	6,789	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	16,789	60,000
Ian	4,567	5,678	6,789	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	15,678	40,000
John	3,456	4,567	5,678	6,789	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	14,567	20,000
Karen	2,345	3,456	4,567	5,678	6,789	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	13,456	10,000
Leo	1,234	2,345	3,456	4,567	5,678	6,789	7,890	8,901	9,012	10,123	11,234	12,345	5,000
Mia	1,123	2,234	3,345	4,456	5,567	6,678	7,789	8,890	9,901	10,012	11,123	12,234	4,000
Nora	1,012	2,123	3,234	4,345	5,456	6,567	7,678	8,789	9,890	10,901	11,012	12,123	3,000
Oscar	901	2,012	3,123	4,234	5,345	6,456	7,567	8,678	9,789	10,890	11,901	12,012	2,000
Peter	890	1,901	3,012	4,123	5,234	6,345	7,456	8,567	9,678	10,789	11,890	11,901	1,000
Quinn	789	1,890	2,901	4,012	5,123	6,234	7,345	8,456	9,567	10,678	11,789	11,890	500
Rachel	678	1,789	2,890	3,901	5,012	6,123	7,234	8,345	9,456	10,567	11,678	11,789	200
Sam	567	1,678	2,789	3,890	4,901	6,012	7,123	8,234	9,345	10,456	11,567	11,678	100
Tina	456	1,567	2,678	3,789	4,890	5,901	7,012	8,123	9,234	10,345	11,456	11,567	50
Uma	345	1,456	2,567	3,678	4,789	5,890	6,901	8,012	9,123	10,234	11,345	11,456	20
Victor	234	1,345	2,456	3,567	4,678	5,789	6,890	7,901	9,012	10,123	11,234	11,345	10
Wendy	123	1,234	2,345	3,456	4,567	5,678	6,789	7,890	8,901	10,012	11,123	11,234	5
Xavier	112	1,123	2,234	3,345	4,456	5,567	6,678	7,789	8,890	9,901	11,012	11,123	2
Yara	101	1,012	2,123	3,234	4,345	5,456	6,567	7,678	8,789	9,890	10,901	11,012	1
Zoe	90	1,090	2,090	3,190	4,290	5,390	6,490	7,590	8,690	9,790	10,890	10,990	0

Percent Change

2003 2004 2005

04 结构和内容

这大学创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭的教学大纲包括了设计师在这一领域成功发展所需要知道的所有具体信息。通过这种方式, 该课程的内容对新的创意产业, 创意品牌传播和 数字营销 进行了一流的考察。一个全面的课程, 对学生未来的职业生涯是不可或缺的。





“

一个高质量的课程, 将标志着你的训练的前和后”

模块1.新的创意产业

- 1.1. 新的创意产业
 - 1.1.1. 从文化产业到创意产业
 - 1.1.2. 今天的创意产业
 - 1.1.3. 构成创意产业的活动和部门
- 1.2. 今天创意产业的经济分量
 - 1.2.1. 贡献
 - 1.2.2. 增长和变化的动力
 - 1.2.3. 创意产业的就业形势
- 1.3. 创意产业的全球新背景
 - 1.3.1. 世界范围内的创意产业概述
 - 1.3.2. 每个国家的创意产业的资金来源
 - 1.3.3. 案例研究:管理模式和公共政策
- 1.4. 自然和文化遗产
 - 1.4.1. 历史和文化遗产
 - 1.4.2. 博物馆,考古,历史遗址和文化景观的副产品和服务
 - 1.4.3. 非物质文化遗产
- 1.5. 视觉艺术
 - 1.5.1. 视觉艺术
 - 1.5.2. 摄影
 - 1.5.3. 工艺品
- 1.6. 表演艺术
 - 1.6.1. 戏剧和舞蹈
 - 1.6.2. 音乐和节庆活动
 - 1.6.3. 集会和马戏团
- 1.7. 视听媒体
 - 1.7.1. 电影,电视和视听内容
 - 1.7.2. 广播,播客和音频内容
 - 1.7.3. 视频游戏

- 1.8. 目前的出版物
 - 1.8.1. 文学,散文和诗歌
 - 1.8.2. 出版商
 - 1.8.3. 新闻
- 1.9. 创意服务
 - 1.9.1. 设计与时尚
 - 1.9.2. 建筑和景观设计
 - 1.9.3. 宣传
- 1.10. 创意经济或橙色经济的联系
 - 1.10.1. 级联模型--同心圆
 - 1.10.2. 创意,生产和知识外溢
 - 1.10.3. 为创意经济服务的文化

模块2.创意品牌建设: 创意品牌传播和管理

- 2.1. 品牌和品牌建设
 - 2.1.1. 品牌
 - 2.1.2. 品牌建设的演变
 - 2.1.3. 定位,品牌个性,声名显赫
- 2.2. 品牌建设
 - 2.2.1. 营销组合
 - 2.2.2. 品牌架构
 - 2.2.3. 品牌识别
- 2.3. 品牌表达
 - 2.3.1. 图形识别
 - 2.3.2. 视觉表达
 - 2.3.3. 反映品牌的其他元素
- 2.4. 沟通
 - 2.4.1. 焦点
 - 2.4.2. 品牌接触点
 - 2.4.3. 沟通技巧和工具



- 2.5. 品牌内容
 - 2.5.1. 从品牌到娱乐平台
 - 2.5.2. 品牌内容的崛起
 - 2.5.3. 通过独特的故事与观众建立联系
- 2.6. 视觉 故事会
 - 2.6.1. 品牌分析
 - 2.6.2. 创意广告概念
 - 2.6.3. 创意销售
- 2.7. 客户体验讲(CX)
 - 2.7.1. 客户体验讲(CX)
 - 2.7.2. 客户旅程
 - 2.7.3. 品牌一致性和CX
- 2.8. 策略规划
 - 2.8.1. 目标
 - 2.8.2. 确定受众和 洞察力
 - 2.8.3. 策略设计
- 2.9. 业绩
 - 2.9.1. 简报
 - 2.9.2. 战术
 - 2.9.3. 生产计划
- 2.10. 评估
 - 2.10.1. 什么评价?
 - 2.10.2. 如何评估 (测量工具)?
 - 2.10.3. 报告结果

模块3.新的数字营销策略

- 3.1. 技术和受众
 - 3.1.1. 数字化战略和用户类型之间的差异
 - 3.1.2. 目标受众,排他性因素和代际关系
 - 3.1.3. 理想 消费者档案 (ICP) 和 买方 角色
- 3.2. 用于诊断的数字分析
 - 3.2.1. 在数字战略之前进行分析
 - 3.2.2. 瞬间0
 - 3.2.3. 关键绩效指标和衡量标准,类型学,根据方法学的分类
- 3.3. 电子娱乐: 电子商务 对娱乐业的影响
 - 3.3.1. 电子商务, 类型和平台
 - 3.3.2. 网页设计的重要性。用户体验和用户界面
 - 3.3.3. 优化在线空间:最低需求
- 3.4. 社会媒体和 影响者营销
 - 3.4.1. 网络 营销的影响和演变
 - 3.4.2. 劝说,内容和病毒性行动的关键
 - 3.4.3. 规划 社会营销 和 影响者营销活动
- 3.5. 移动营销
 - 3.5.1. 移动用户
 - 3.5.2. Web Mobile和应用程序
 - 3.5.3. 移动营销行动
- 3.6. 在线环境中的广告
 - 3.6.1. 在RRSS的广告和社会广告的目标
 - 3.6.2. 转换漏斗或 购买漏斗: 类别
 - 3.6.3. 社会广告平台



- 3.7. 内向型 营销方法
 - 3.7.1. 社会 销售, 基本支柱和策略
 - 3.7.2. 数字化战略中的CRM平台
 - 3.7.3. 内向 型营销 或吸引型营销: 行动和SEO
- 3.8. 营销自动化
 - 3.8.1. 电子邮件营 销和电子邮件类型学
 - 3.8.2. 电子邮件营销自动化 应用, 平台和优势
 - 3.8.3. 机器人和聊天机器人营销的出现: 类型学和平台
- 3.9. 数据管理工具
 - 3.9.1. 数字战略, 类型和应用, 平台和趋势方面的客户关系管理。
 - 3.9.2. 大数据: 大数据, 商业分析 和 商业智能
 - 3.9.3. 大数据, 人工智能和 数据科学
- 3.10. 衡量盈利能力
 - 3.10.1. 投资回报率: 投资回报率的定义和投资回报率的对比。ROAS
 - 3.10.2. 优化投资回报率
 - 3.10.3. 关键指标解决方案



加深你在传播和品牌领域的知识, 并在日常工作中更加有效”



05 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的:再学习。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被新英格兰医学杂志等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。



“

发现再学习, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

案例研究, 了解所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式”



你将进入一个以重复为基础的学习系统, 在整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生将通过合作活动和真实案例, 学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划, 从零开始, 提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。由于这种方法, 个人和职业成长得到了促进, 向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的技术基础, 确保遵循当前经济, 社会和职业现实。

“我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战, 并取得事业上的成功”

案例法一直是世界上最好的院系最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律, 案例法向他们展示真实的复杂情况, 让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年, 它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下, 专业人士应该怎么做? 这就是我们在案例法中面临的问题, 这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中, 学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识, 研究, 论证和捍卫他们的想法和决定。

再学习方法

TECH有效地将案例研究方法基于循环的100%在线学习系统相结合，在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

在2019年，我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。

在TECH，你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。2019年，我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量，材料质量，课程结构，目标.....)，与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。

该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



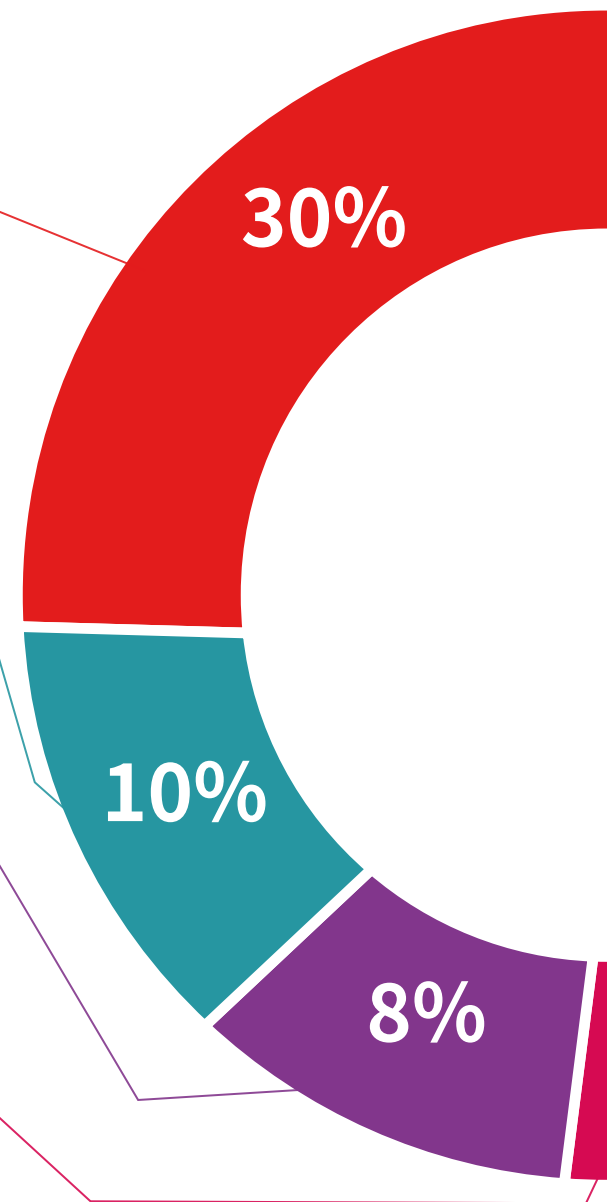
技能和能力的实践

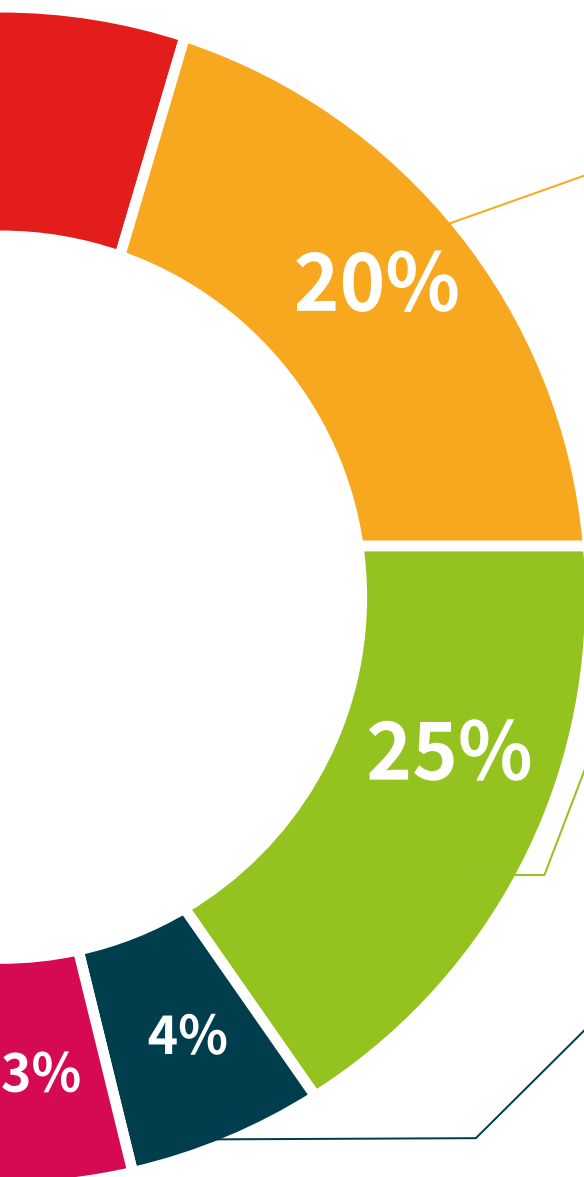
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的专家介绍, 分析和辅导案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中, 其中包括音频, 视频, 图像, 图表和概念图, 以强化知识。
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中, 通过评估和自我评估活动和练习, 定期评估和重新评估学习者的知识: 通过这种方式, 学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



06 学位

创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

顺利完成该课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个**创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位:**创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭**

官方学时:**450小时**



健康 信心 未来 人 导师
信息 教育 教学
保证 资格认证 学习
机构 社区 科技 承诺
个性化的关注 现在 创新
知识 网页 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

专科文凭
创意产业中的沟
通和品牌建设

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭 创意产业中的沟 通和品牌建设