

Курс профессиональной подготовки Коммуникация и брендинг в креативных индустриях





tech технологический
университет

Курс профессиональной подготовки Коммуникация и брендинг в креативных индустриях

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

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/design/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication-branding-creative-industries

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 18

05

Методология

стр. 24

06

Квалификация

стр. 32

01

Презентация

Креативные индустрии становятся все более многочисленными и, следовательно, их конкурентоспособность растет. Их дифференциация должна быть сосредоточена на качестве их продукции, но в глазах общественности очень важно создать представительный бренд, узнаваемый потребителями. По этой причине дизайнеры, желающие занять ответственные должности в компаниях такого типа, должны знать, что коммуникация и *брендинг* должны составлять существенную часть их квалификации. По этой причине компания ТЕСН разработала данную программу, которая станет основополагающей для их будущей карьеры и успешного развития в этой области.



“

Получите специализацию в области коммуникации и брендинга в креативных компаниях и станьте экспертом, способным разработать бренд, привлекающий внимание общественности”

Брендинг и коммуникационная стратегия являются основополагающими элементами для любой компании, а тем более, когда речь идет об отраслях креативного сектора. В этом смысле брендинг можно определить как процесс разработки бренда, а коммуникационная стратегия понимается как выбор сообщения или сообщений для достижения конкретной цели. Их значение так велико, что более высокая квалификация специалистов в этой области приобретает большую актуальность. По этой причине ТЕСН разработал эту академическую программу, которая направлена на подготовку дизайнеров, способных руководить и управлять этими процессами, поощряя творчество, управление идеями и реализацию лучших вариантов в соответствии с целями компании.

В программе подробно рассматривается понятие *брендинга* и его основные стратегии. Она определяет процесс и все шаги, которые приводят бренд к тому, чтобы он стал таким, каким был задуман. Все это с целью придания значимости и демонстрации качеств, которыми обладает сам бренд, чтобы клиент мог узнать ценности и видение, которыми обладает компания и которые отличают ее от конкурентов. Кроме того, коммуникация в этом секторе будет рассматриваться с глобальной точки зрения, включая такие вопросы как стратегический процесс, выбор аудитории, стратегическое планирование и наиболее подходящие *маркетинговые* средства для реализации на практике, среди прочих аспектов, имеющих большое значение в этой области.

100% онлайн Курс профессиональной подготовки, который позволит студентам самостоятельно распределять свое учебное время, так как они не будут обременены фиксированным расписанием или необходимостью переезда в другое физическое место, имея возможность доступа ко всему содержимому в любое время суток, балансируя свою работу и личную жизнь с обучением.

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

- ◆ Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области управления креативными компаниями
- ◆ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ◆ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ◆ Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области коммуникации и *брендинга* креативными компаниями
- ◆ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ◆ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Создание успешных коммуникационных кампаний повысит осведомленность о вашем бренде и создаст репутацию, соответствующую целям компании"

“

Будущее любой компании во многом зависит от ее коммуникационных и брендинговых кампаний, поэтому специализация в этой области станет дополнительным преимуществом вашего резюме”

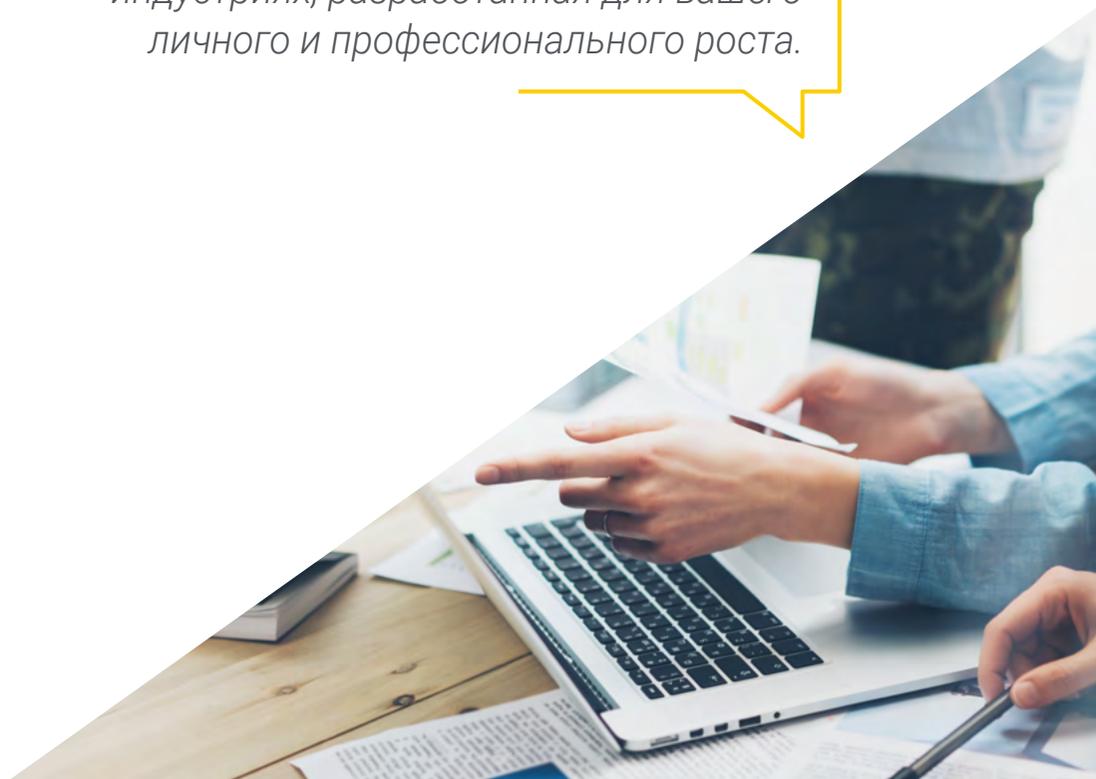
В преподавательский состав входят профессионалы в области дизайна, которые привносят в эту программу опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих компаний и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту учиться контекстуально и на месте. То есть, это симуляционная среда, которая обеспечит иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на подготовку к реальным жизненным ситуациям.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалисты должны пытаться решить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом им поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными и опытными специалистами.

В данном Курсе профессиональной подготовке используется инновационная методология преподавания, которая позволит студентам учиться контекстуально, как если бы они сталкивались с реальными ситуациями.

Самая полная программа в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях, разработанная для вашего личного и профессионального роста.



02 Цели

Главная цель данного Курса профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях TECH состоит в том, чтобы дизайнеры приобрели необходимые навыки для реализации на практике всех концепций и стратегий, которые позволят им сделать свой бренд известным, создавая синергию с общественностью, которая поможет их компании добиться успеха на рынке. Эта цель, несомненно, будет достигнута благодаря упорному и целеустремленному труду и станет отправной точкой для будущего трудоустройства студентов.



“

Создание успешного бренда требует больших усилий и самоотдачи, но также необходимо развивать нужные навыки. ТЕСН предоставляет в ваше распоряжение данный Курс профессиональной подготовки, чтобы помочь вам достичь этого”



Общие цели

- ♦ Предоставить полезные знания для специализации студентов, обеспечивая их навыками для разработки и применения оригинальных идей в личной и профессиональной жизни
- ♦ Понимать, как креативность и инновации стали движущими силами экономики
- ♦ Решать проблемы в новых условиях и в междисциплинарных контекстах в области управления креативностью
- ♦ Объединять собственные знания с другими, формулируя обоснованные суждения и рассуждения на основе информации, доступной в каждом конкретном случае
- ♦ Уметь управлять процессом создания и реализации новых идей по заданной теме
- ♦ Получить специальные знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий
- ♦ Овладеть инструментами для анализа экономических, социальных и культурных реалий, в которых сегодня развиваются и трансформируются креативные индустрии
- ♦ Приобрести необходимые навыки для развития и совершенствования своего профессионального профиля в деловой и предпринимательской среде
- ♦ Получить знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий
- ♦ Организовывать и планировать задачи, используя имеющиеся ресурсы, чтобы решать их в точные сроки
- ♦ Использовать новые информационные и коммуникационные технологии как инструменты образования и обмена опытом в изучаемой области
- ♦ Разработать коммуникативные навыки, как письменные, так и устные, а также проводить эффективные профессиональные презентации в повседневной практике
- ♦ Приобрести навыки исследования рынка, стратегического видения, цифровых методологий и совместного создания



Приобретите необходимые для управления бизнес-коммуникацией компании навыки”



Конкретные цели

Модуль 1. Новые креативные индустрии

- ◆ Углубить знания о новых креативных индустриях
- ◆ Глубоко ознакомиться с креативными индустриями на экономическом уровне
- ◆ Получить углубленное представление о визуальных и сценических искусствах
- ◆ Получить углубленные знания об историческом, природном и культурном наследии

Модуль 2. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов

- ◆ Понять процесс создания и эволюции бренда
- ◆ Знать, как создать графическую идентичность бренда
- ◆ Ознакомиться с основными техниками и инструментами коммуникации
- ◆ Уметь проводить брифинг компании

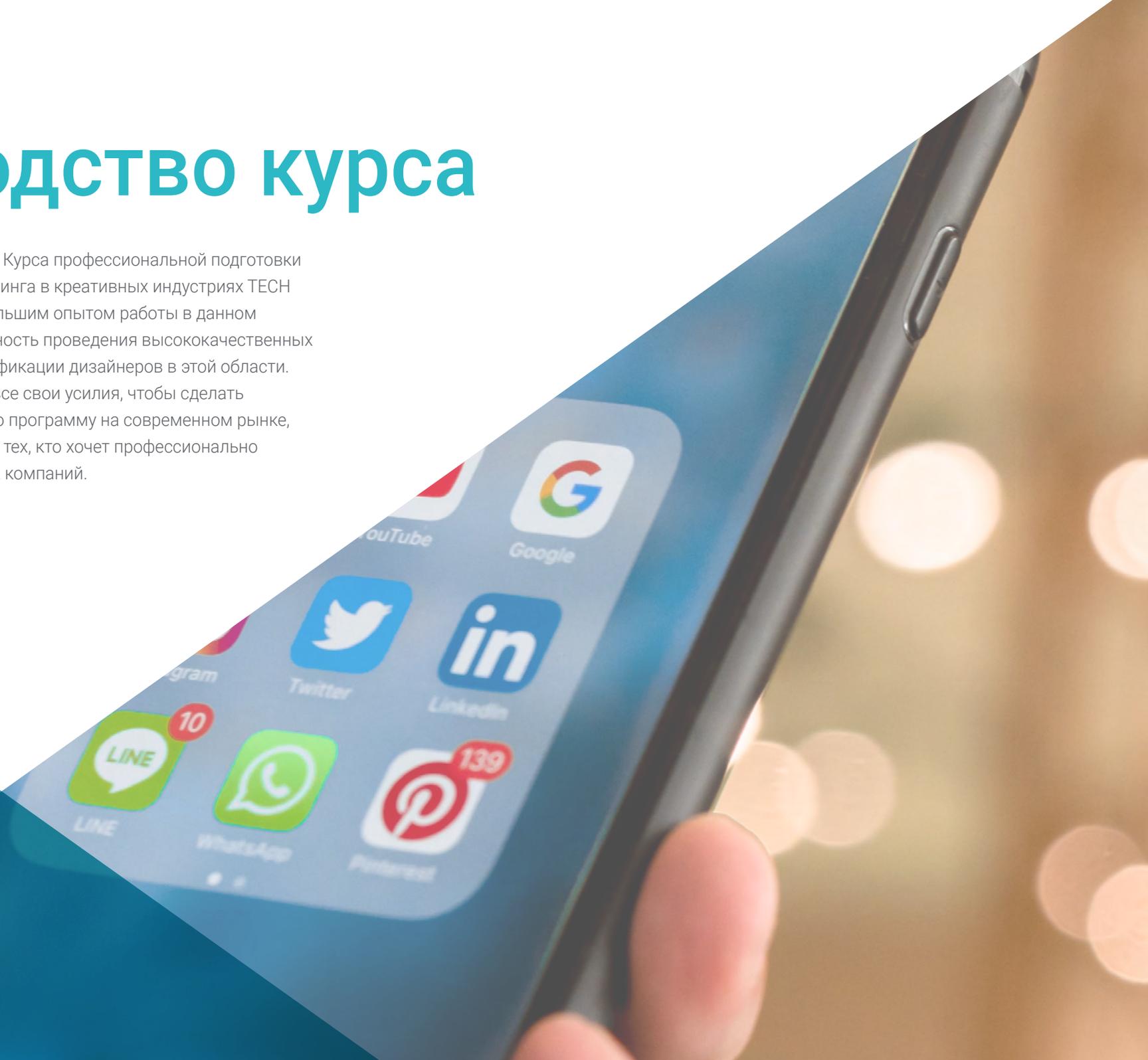
Модуль 3. Новые стратегии цифрового маркетинга

- ◆ Применять инструменты цифрового маркетинга, принимая во внимание аудиторию, до которой будут доходить сообщения
- ◆ Проводить веб-аналитику, которая дает компании информацию о том, как направлять свою рекламную стратегию
- ◆ Использовать социальные сети в качестве инструментов маркетинга и рекламы
- ◆ Применять инструменты инбаунд-маркетинга

03

Руководство курса

Преподавательский состав этого Курса профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях ТЕСН состоит из профессионалов с большим опытом работы в данном секторе, которые понимают важность проведения высококачественных программ для повышения квалификации дизайнеров в этой области. Таким образом, они приложили все свои усилия, чтобы сделать наиболее полную академическую программу на современном рынке, которая будет очень полезна для тех, кто хочет профессионально развиваться в сфере креативных компаний.



“

*Педагоги высшего уровня раскроют
вам секреты коммуникации и
брендинга в креативных индустриях”*

Приглашенный международный руководитель

С. Марк Янг - всемирно признанный эксперт, который сосредоточил свои исследования на индустрии развлечений. Его результаты были отмечены многочисленными наградами, в том числе премией Американской ассоциации бухгалтерского учета за жизненные достижения в области бухгалтерского учета и менеджмента в 2020 году. Он также получил три награды за вклад в научную литературу в этих областях.

Одной из самых заметных вех в его карьере стала публикация исследования "Нарциссизм и знаменитости", проведенного совместно с Дрю Пински. В этом тексте были собраны **непосредственные данные о знаменитых деятелях** кино и телевидения. Кроме того, в статье, которая впоследствии стала бестселлером, эксперт проанализировал **нарциссическое поведение звезд целлулоида** и то, как оно стало нормой в современных СМИ. В то же время он рассмотрел **влияние этого поведения на современную молодежь**.

На протяжении всей своей профессиональной деятельности Янг также изучал организацию и направленность киноиндустрии. В частности, он исследовал модели прогнозирования кассового успеха крупных фильмов. Он также внес свой вклад в бухгалтерский учет на основе деятельности и разработку систем контроля. В частности, хорошо известно его влияние на внедрение эффективного управления **на основе сбалансированной системы показателей**.

Академическая деятельность также была отмечена в его профессиональной жизни, и он был избран на **исследовательскую кафедру Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта** в области **бизнеса спорта и развлечений**. Он также читал лекции и участвовал в учебных программах, связанных с **бухгалтерским учетом, журналистикой и коммуникациями**. В то же время его учеба в бакалавриате и магистратуре связана с престижными американскими университетами, такими как Питтсбург и Огайо.



Д-р. Янг, С. Марк

- Председатель кафедры Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в Бизнес-школе USC Marshal, Лос-Анджелес, США
- Официальный историк мужской теннисной команды Университета Южной Калифорнии
- Академический исследователь, специализирующийся на разработке прогностических моделей для киноиндустрии
- Соавтор книги "Нарциссизм и знаменитости"
Доктор наук по бухгалтерскому учету Питтсбургского университета
- Степень магистра бухгалтерского учета в Университете штата Огайо
- Степень бакалавра экономики в Оберлинском колледже
- Член: Центр передового опыта в преподавании

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов

Руководство



Д-р Велар, Марга

- ♦ Менеджер по корпоративному *маркетингу* в SGN Group (Нью-Йорк)
- ♦ Руководство лаборатории Forefashion Lab
- ♦ Преподаватель в Университетском центре Вильянуэва, в *Бизнес-школе* моды ISEM и на факультете коммуникаций Университета Наварры
- ♦ Степень доктора в области коммуникации в Мадридском университете Карлоса III
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальных коммуникаций с последипломным курсом в области коммуникаций и менеджмента моды в Университетском центре Вильянуэва, Университет Комплутенсе
- ♦ Степень магистра MBA в области управления компаниями в сфере моды ISEM *Бизнес-школе*

Преподаватели

Г-жа Арройо Вилльория, Кристина

- ♦ Партнер и директор по проектам и предпринимательству в компании Factoría de industrias creativas
- ♦ Стратегическое планирование, развитие бизнеса, коммуникационная и маркетинговая стратегия
- ♦ Степень бакалавра в области трудовых наук Университета Вальядолида
- ♦ Степень магистра в области руководства и управления человеческими ресурсами бизнес-школы Сан-Пабло CEU
- ♦ Степень магистра в области образовательных технологий в *бизнес-школе* Bureau Veritas



Table 1. Estimated Monthly Sales
(in millions of dollars)

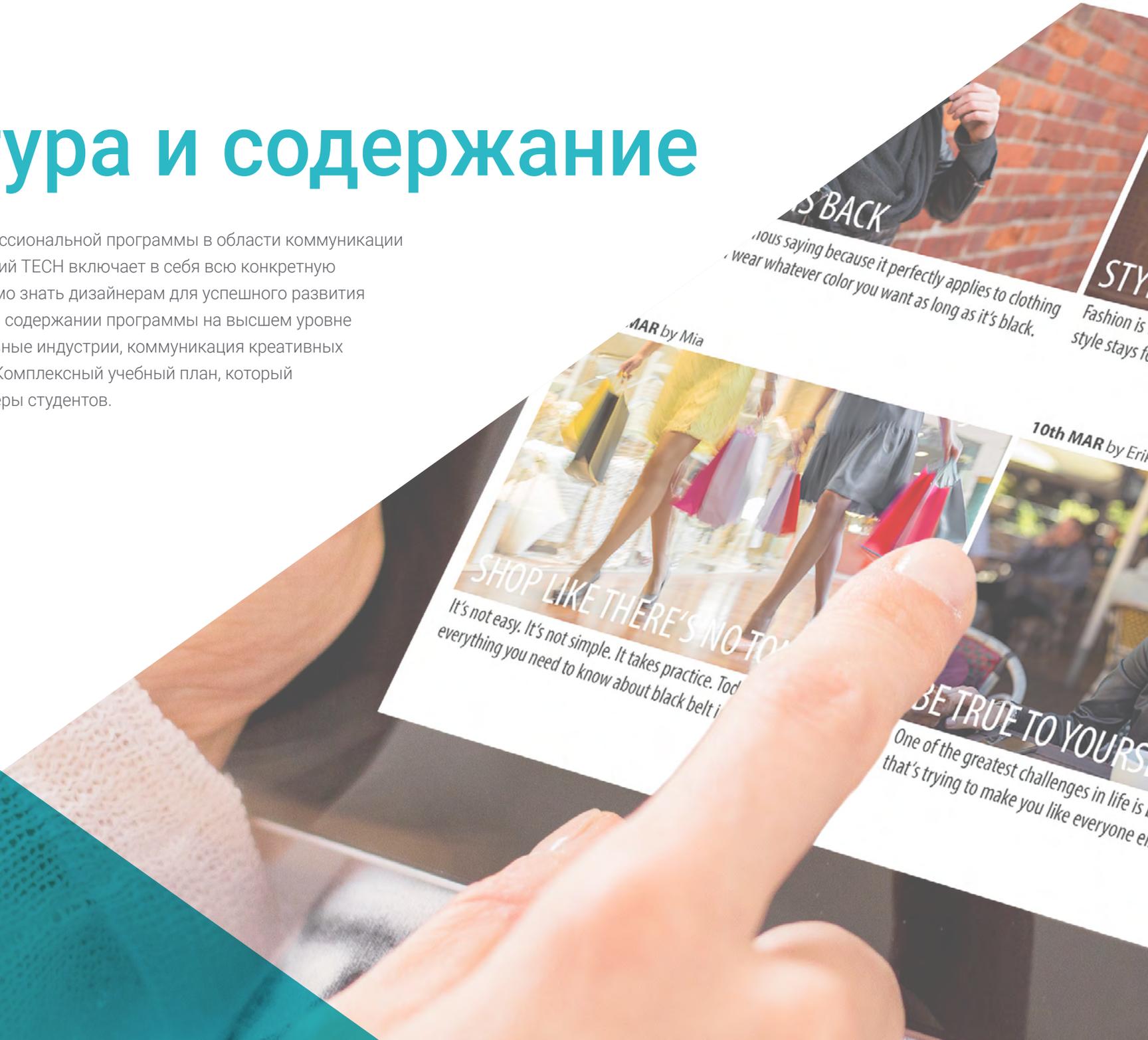
Month	Q1	Q2	Q3	Q4	Annual Total
Jan	1.2	1.5	1.8	2.1	6.6
Feb	1.3	1.6	1.9	2.2	7.0
Mar	1.4	1.7	2.0	2.3	7.4
Apr	1.5	1.8	2.1	2.4	7.8
May	1.6	1.9	2.2	2.5	8.2
Jun	1.7	2.0	2.3	2.6	8.6
Jul	1.8	2.1	2.4	2.7	9.0
Aug	1.9	2.2	2.5	2.8	9.4
Sep	2.0	2.3	2.6	2.9	9.8
Oct	2.1	2.4	2.7	3.0	10.2
Nov	2.2	2.5	2.8	3.1	10.6
Dec	2.3	2.6	2.9	3.2	11.0

2003 2004 2005

04

Структура и содержание

Учебный план этого Курса профессиональной программы в области коммуникации и брендинга креативных индустрий ТЕСН включает в себя всю конкретную информацию, которую необходимо знать дизайнерам для успешного развития в этом секторе. Таким образом, в содержании программы на высшем уровне рассматриваются новые креативные индустрии, коммуникация креативных брендов и цифровой маркетинг. Комплексный учебный план, который незаменимый для будущей карьеры студентов.



... TO THE WORLD OF STYLE



12th MAR by Ingrid

... IS KNOWING YOURSELF

... what you buy. Style is what you do with it. Fashion changes, ... forever. Fashion is everyone, style is you.



11th MAR by Erika

I DON'T GIVE A ***
Be happy. It drives people crazy.



9th MAR by Mike

... SELF
... being yourself in a world ... se.



SHH

Life

“

Программа высокого качества, которая разделит на "до" и "после" вашу профессиональную подготовку”

Модуль 1. Новые креативные индустрии

- 1.1. Новые креативные индустрии
 - 1.1.1. От индустрии культуры к креативной индустрии
 - 1.1.2. Современные креативные индустрии
 - 1.1.3. Виды деятельности и секторы, составляющие креативные индустрии
- 1.2. Экономический вес креативных индустрий сегодня
 - 1.2.1. Вклад
 - 1.2.2. Движущие силы роста и изменений
 - 1.2.3. Перспективы трудоустройства в креативных индустриях
- 1.3. Новый глобальный контекст креативных индустрий
 - 1.3.1. Рентгенография креативных индустрий в мире
 - 1.3.2. Источники финансирования креативных индустрий в каждой стране
 - 1.3.3. Практические кейсы: модели управления и государственная политика
- 1.4. Природное и культурное наследие
 - 1.4.1. Историческое и культурное наследие
 - 1.4.2. Продукция и услуги музеев, археологических и исторических объектов и культурных ландшафтов
 - 1.4.3. Нематериальное культурное наследие
- 1.5. Изобразительные искусства
 - 1.5.1. Пластические искусства
 - 1.5.2. Фотография
 - 1.5.3. Ремесло
- 1.6. Сценические искусства
 - 1.6.1. Театр и танец
 - 1.6.2. Музыка и фестивали
 - 1.6.3. Ярмарки и цирк
- 1.7. Аудиовизуальные средства массовой информации
 - 1.7.1. Кино, телевидение и аудиовизуальные материалы
 - 1.7.2. Радио, подкасты и аудиоматериалы
 - 1.7.3. Видеоигры

- 1.8. Актуальные публикации
 - 1.8.1. Литература, эссе и поэзия
 - 1.8.2. Издательства
 - 1.8.3. Пресса
- 1.9. Креативные услуги
 - 1.9.1. Дизайн и мода
 - 1.9.2. Архитектура и ландшафтный дизайн
 - 1.9.3. Реклама
- 1.10. Связи креативной экономики или оранжевой экономики
 - 1.10.1. Каскадная модель – концентрические круги
 - 1.10.2. *Спилловер* креативности, производства и знаний
 - 1.10.3. Культура в интересах креативной экономики

Модуль 2. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов

- 2.1. *Бренды и брендинг*
 - 2.1.1. Бренды
 - 2.1.2. Эволюция *брендинга*
 - 2.1.3. Позиционирование, индивидуальность бренда, известность
- 2.2. Создание бренда
 - 2.2.1. *Маркетинг-микс*
 - 2.2.2. Архитектура бренда
 - 2.2.3. Идентичность бренда
- 2.3. Выражение бренда
 - 2.3.1. Графическая идентификация бренда
 - 2.3.2. Визуальный имидж бренда
 - 2.3.3. Другие элементы, отражающие знак
- 2.4. Коммуникация
 - 2.4.1. Подходы
 - 2.4.2. *Точки соприкосновения с брендом*
 - 2.4.3. Техники и инструменты общения



- 2.5. *Контент бренда*
 - 2.5.1. От брендов до развлекательных платформ
 - 2.5.2. Рост брендированного содержания
 - 2.5.3. Связь с аудиторией через уникальные истории
- 2.6. *Визуальный сторителлинг*
 - 2.6.1. Анализ бренда
 - 2.6.2. Креативные рекламные концепции
 - 2.6.3. Креативные продажи
- 2.7. *Пользовательский опыт*
 - 2.7.1. Клиентский опыт (CX)
 - 2.7.2. Клиентский опыт (Customer Journey)
 - 2.7.3. Согласование бренда и CX
- 2.8. *Стратегическое планирование*
 - 2.8.1. Цели
 - 2.8.2. Определение аудитории и инсайтов
 - 2.8.3. Разработка стратегии
- 2.9. *Производительность*
 - 2.9.1. Брифинг
 - 2.9.2. Тактика
 - 2.9.3. Производственный план
- 2.10. *Оценка*
 - 2.10.1. Что оценивать?
 - 2.10.2. Как оценивать? (инструменты оценки)
 - 2.10.3. Отчетность о результатах

Модуль 3. Новые стратегии цифрового маркетинга

- 3.1. Технология и аудитория
 - 3.1.1. Цифровая стратегия и различия между типами пользователе
 - 3.1.2. Целевые аудитории, исключаящие факторы и поколения
 - 3.1.3. Портрет *идеального потребителя* (ICP) и *персона покупателя*
- 3.2. Цифровая аналитика для диагностики
 - 3.2.1. Аналитика до разработки цифровой стратегии
 - 3.2.2. MOT
 - 3.2.3. KPI и метрики, типологии, классификация по методологиям
- 3.3. *Электронное развлечение: влияние электронной коммерции на индустрию развлечений*
 - 3.3.1. *Электронная коммерция*, типологии и платформы
 - 3.3.2. Значение веб-дизайна: UX и UI
 - 3.3.3. Оптимизация онлайн-пространства: минимальные требования
- 3.4. *Социальные сети и маркетинг влияния*
 - 3.4.1. Влияние и эволюция сетевого *маркетинга*
 - 3.4.2. Убеждение, ключи к контенту и вирусные действия
 - 3.4.3. Планирование кампаний с *социального маркетинга* и *маркетинга влияния*
- 3.5. *Мобильный маркетинг*
 - 3.5.1. *Мобильный пользователь*
 - 3.5.2. *Веб и мобильные приложения*
 - 3.5.3. *Действия мобильного маркетинга*
- 3.6. Реклама в онлайн-среде
 - 3.6.1. Реклама в социальных сетях и цели *социальной рекламы*
 - 3.6.2. Воронка конверсии или *воронка продаж*: категории
 - 3.6.3. *Социальные рекламные платформы*



- 3.7. Методология инбаунд маркетинга
 - 3.7.1. *Социальные продажи*, фундаментальные основы и стратегия
 - 3.7.2. CRM-платформа в цифровой стратегии
 - 3.7.3. *Инбаунд-маркетинг* или *маркетинг* привлечения: действия и SEO
- 3.8. Автоматизация маркетинга
 - 3.8.1. *Email-маркетинг* и типология электронной почты
 - 3.8.2. Автоматизация *email-маркетинга*, приложения, платформы и преимущества
 - 3.8.3. Появление *маркетинга ботов* и *чатботов*: типология и платформы
- 3.9. Инструменты управления данными
 - 3.9.1. CRM в области цифровой стратегии, типологий и приложений, платформ и тенденций
 - 3.9.2. *Большие данные*: *большие данные*, *бизнес-аналитика* и *бизнес-интеллект*
 - 3.9.3. *Большие данные*, *искусственный интеллект* и *наука о данных*
- 3.10. Измерение рентабельности
 - 3.10.1. ROI: определение окупаемости инвестиций и ROI vs ROAS
 - 3.10.2. Оптимизация ROI
 - 3.10.3. Ключевые показатели

“*Погрузитесь в сферу коммуникации и брендинга и выполняйте ваши повседневные задачи эффективнее*”

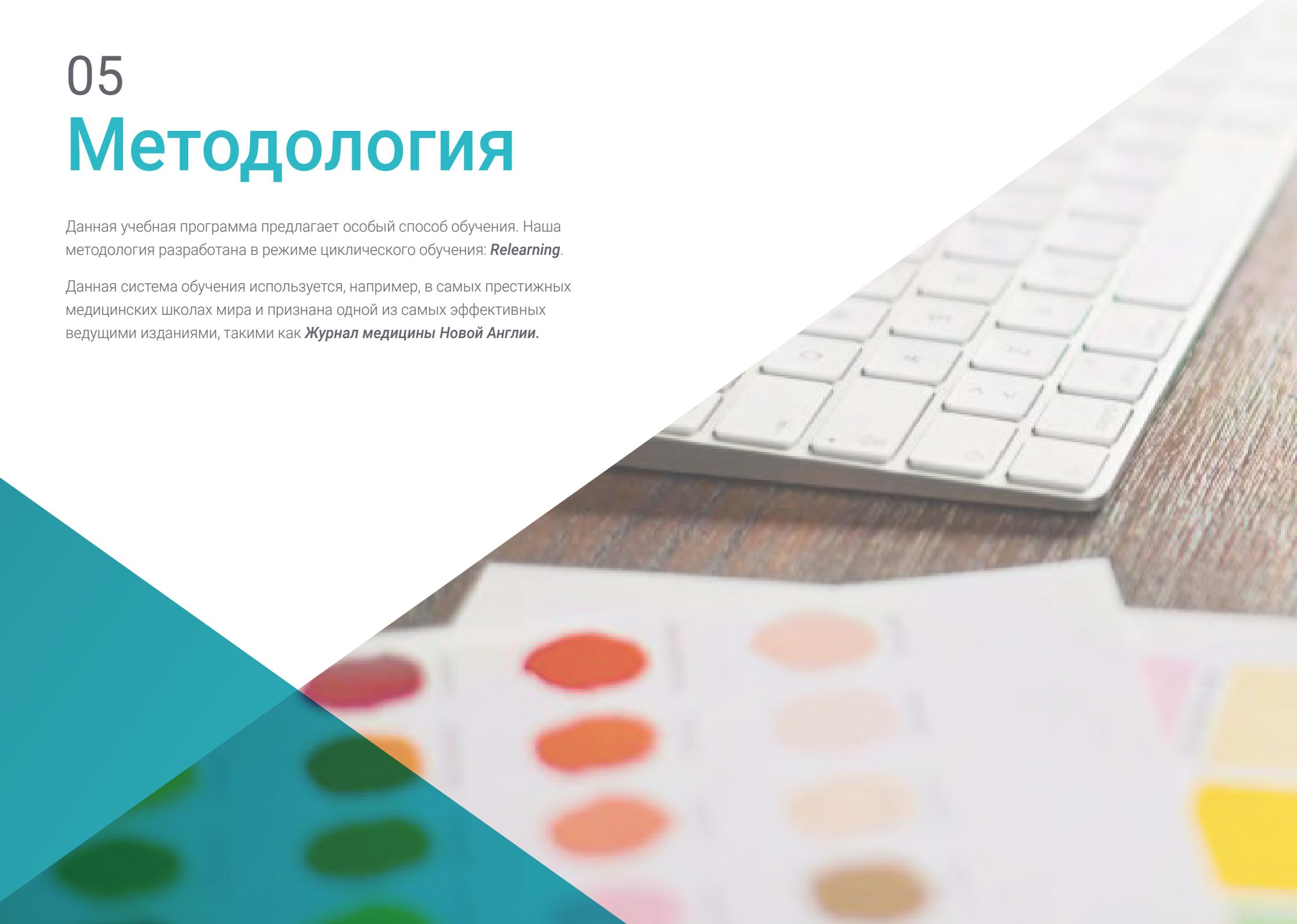


05

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.



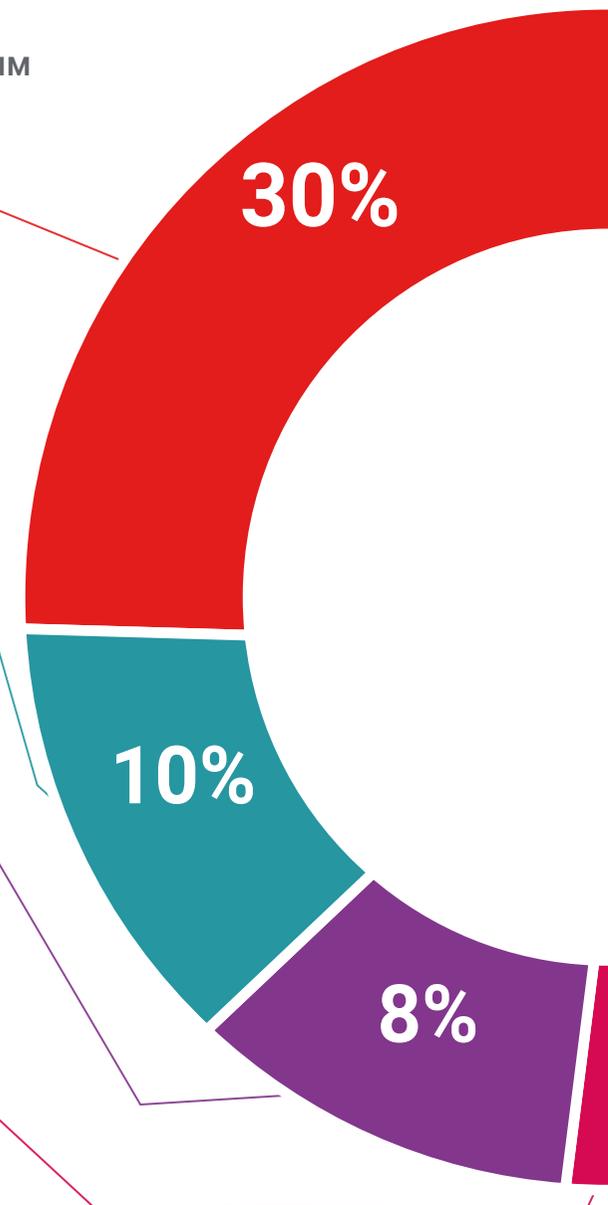
Практика навыков и компетенций

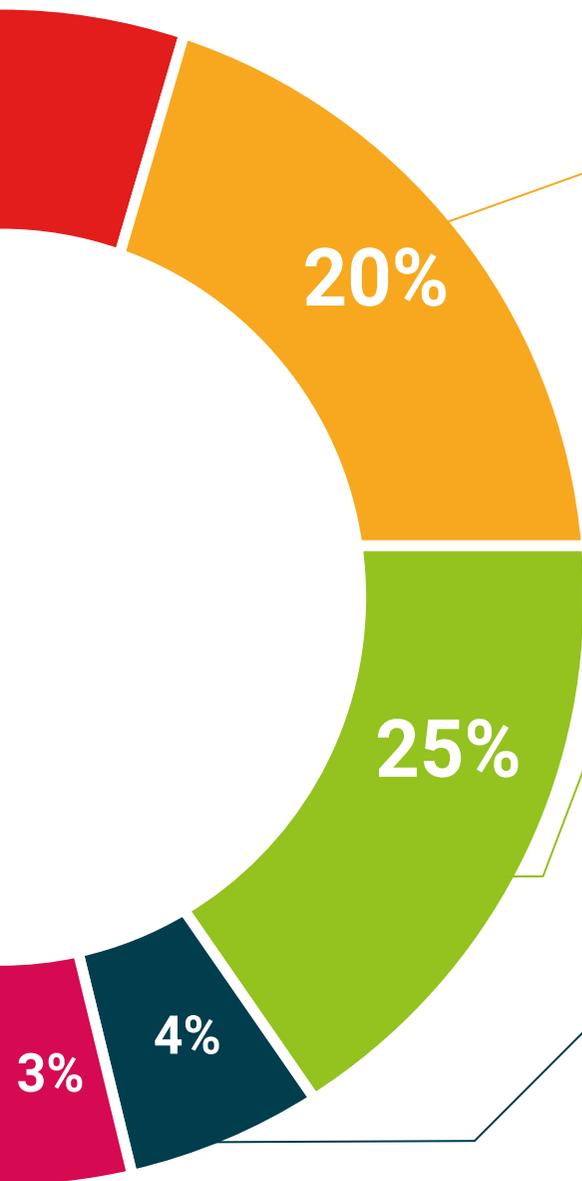
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



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.



06

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Коммуникация и брендинг в креативных индустриях 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 Коммуникация и брендинг в креативных индустриях** 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: **Курс профессиональной подготовки в области Коммуникация и брендинг в креативных индустриях**
Количество учебных часов: **450 часов**



*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.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение
Коммуникация и брендинг
в креативных индустриях

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Коммуникация и брендинг
в креативных индустриях

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 недель
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки Коммуникация и брендинг в креативных индустриях