大学课程
创意品牌传播和管理

tech 科学技术大学

tech 科学技术大学

大学课程

创意品牌传播和管理

- 模式:在线
- 时间:6周
- 学历:TECH科技大学
- 时间:16小时/周
- 时间表:按你方便的
- 考试:在线

网络访问: www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-certificate/creative-branding-communication-management-creative-brands

目录

01 介绍 4

02 目标 8

03 课程管理 12

04 结构和内容 16

05 方法 20

06 学位 28

01

介绍

谈到创意产业，最重要的方面之一是正确的沟通和品牌工作，因为这将在很大程度上决定有关举措的成功。但良好的沟通策略需要训练有素的专业人士。而且，事实上，对这类人员的需求很高，因为他们的数量并不丰富。由于这些原因，这个学位为学生提供了所有必要的知识，使他们成为品牌和传播方面的专家，并能够进入文化产业的就业市场。

沟通和品牌是根本:没有它们,
创意和艺术活动就会失败"

任何具有艺术和文化性质的项目都会对社会产生价值。此外，如果这个项目是通过努力和经济投资进行的，那么它也有工业价值。但是，如果它没有得到适当的传播，所有的努力和所有的价值都会消失，因为它没有达到广泛的受众，无法达到其目标受众。

这就是正确的传播和品牌战略的重要性：没有它，文化倡议就会停滞不前，其价值就会丧失。但这种沟通并不容易，在创意产业领域更是如此，因为它是一个充满特殊性和不同学科的部门。因此，不仅这些行业与其他行业之间存在差异，而且在文化产业本身，必须注意不同活动之间的细微差别。例如，电影公司或活动的传播计划与文学活动的传播计划不尽相同。

因此，有必要进行以这些行业为重点的特别培训，使学生能够了解这一领域的现有需求，并能有效地应用必要的方法来传播信息，使其得到充分的传播。因此，本大学课程是对这一问题的回答，因为它提供了所有必要的知识，使学生成为该领域的专家，并顺便成为他或她的地理环境中的专业领导者。

这个**创意品牌传播和管理大学课程**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是：

- 应用于创意产业的传播和品牌方面的具体知识
- 实践的角度，学生将能够把他们在传播和品牌方面所学到的一切应用到他们的专业领域
- 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

“通过本大学课程，您将成为应用于创意品牌传播和管理的专家"

沟通是基础:没有它,最有趣的文化项目就不能被传播"

一个好的公司或倡议从一个好的名字开始:通过这个学位成为一个品牌专家。

文化公司需要沟通专家:不要让他们等待。

该课程的教学人员包括来自该行业的专业人士,他们将自己的工作经验带到了这一培训中,还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的,将允许专业人员进行情景式学习,即一个模拟的环境,提供一个身临其境的培训,为真实情况进行培训。

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。它将得到一个由著名专家开发的创新互动视频系统的支持。

02

目标

本学位的目标是为学生提供专注于创意产业沟通的最佳知识，并为他们提供必要的工具，以提出品牌建设的最佳解决课程。因此，学生将在其职业环境中成为备受重视的专家，为其公司和文化项目增加价值。

在这个课程中，最好
的品牌技术在等着你"

总体目标

- 了解创造力和创新是如何成为经济的驱动力的
- 利用新的信息和通信技术作为研究领域的学习和经验交流的工具
- 培养书面和口头沟通技巧，并在日常实践中进行有效的专业演讲
- 获得市场研究，战略眼光，数字方法和共同创造的技能

具体目标

- 了解品牌的创建和演变过程
- 知道如何创建品牌的图形标识
- 了解沟通的主要技术和工具
- 能够执行公司的简报

> 当你完成这个大学课程时，你的目标会更接近"

03

课程管理

在沟通和品牌这样一个重要的领域，特别是涉及到创意产业时，需要高素质的教师来为学生提供有价值的内容和经验。为此，该大学课程拥有该领域最好的教师，使学生能够学习到最好的沟通技巧，并在其专业领域使用。

沟通和品牌是根本，这就是为什么TECH为你提供最好的老师"

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

- 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
- 卓越教学中心

“感谢 TECH，你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博士

- 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时尚商学院攻读时尚商业管理MBA

04

结构和内容

为了给学生提供最好的学习过程，TECH召集了最好的专家来设计这个大学课程的内容。通过一个模块，细分为10个主题，学生将学到他们所需要的一切，以进行适当的沟通，并向他们的雇主和客户提出一个开创性的品牌建设。

最好的内容在等着你:你没有更多的借口来专门从事传播和创意品牌管理"

模块1.创意品牌:创意品牌传播和管理

1.1. 品牌和品牌建设
- 1.1.1. 品牌
- 1.1.2. 品牌建设的演变
- 1.1.3. 定位,品牌个性,声名显赫

1.2. 品牌建设
- 1.2.1. 营销组合
- 1.2.2. 品牌架构
- 1.2.3. 品牌识别

1.3. 品牌表达
- 1.3.1. 图形识别
- 1.3.2. 视觉表达
- 1.3.3. 反映品牌的其他元素

1.4. 沟通
- 1.4.1. 焦点
- 1.4.2. 品牌接触点
- 1.4.3. 沟通技巧和工具

1.5. 品牌内容
- 1.5.1. 从品牌到娱乐平台
- 1.5.2. 品牌内容的崛起
- 1.5.3. 通过独特的故事与观众建立联系

1.6. 视觉 故事会
- 1.6.1. 品牌分析
- 1.6.2. 创意广告概念
- 1.6.3. 创意销售

1.7. 客户体验讲(CX)
- 1.7.1. 客户体验讲(CX)
- 1.7.2. 客户旅程
- 1.7.3. 品牌一致性和CX

1.8. 策略计划
- 1.8.1. 目标
- 1.8.2. 确定受众和 洞察力
- 1.8.3. 策略设计

1.9. 业绩
- 1.9.1. 简报
- 1.9.2. 战术
- 1.9.3. 生产计划

1.10. 评估
- 1.10.1. 什么评价?
- 1.10.2. 如何评估?(测量工具)
- 1.10.3. 报告结果

"你在职业环境中需要的所有沟通和品牌工具"

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，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”

在世界顶级商学院存在的时间里，案例法一直是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

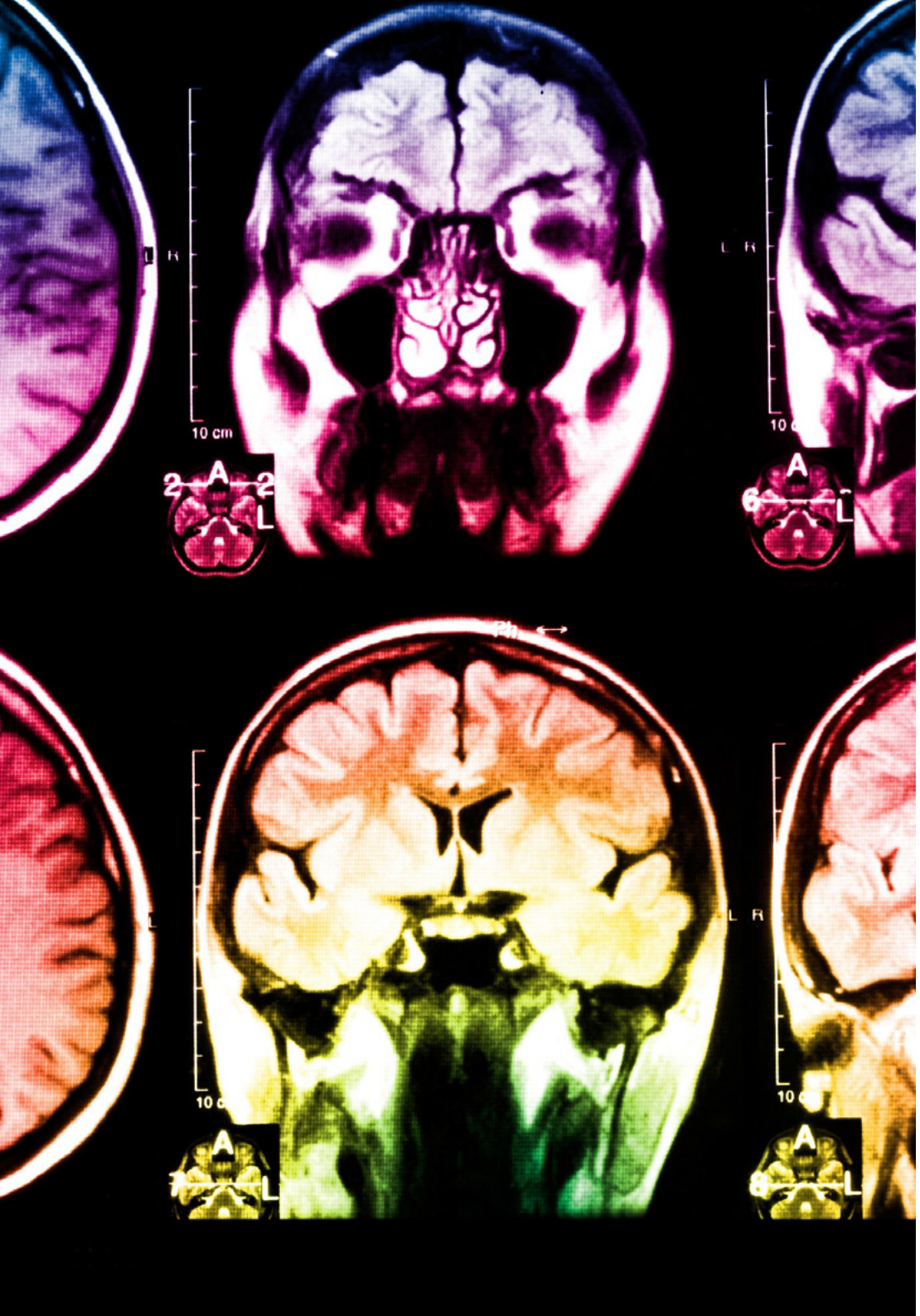
TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合，在每节课中结合了8个不同的教学元素。

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，你将采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。所有这些都是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。

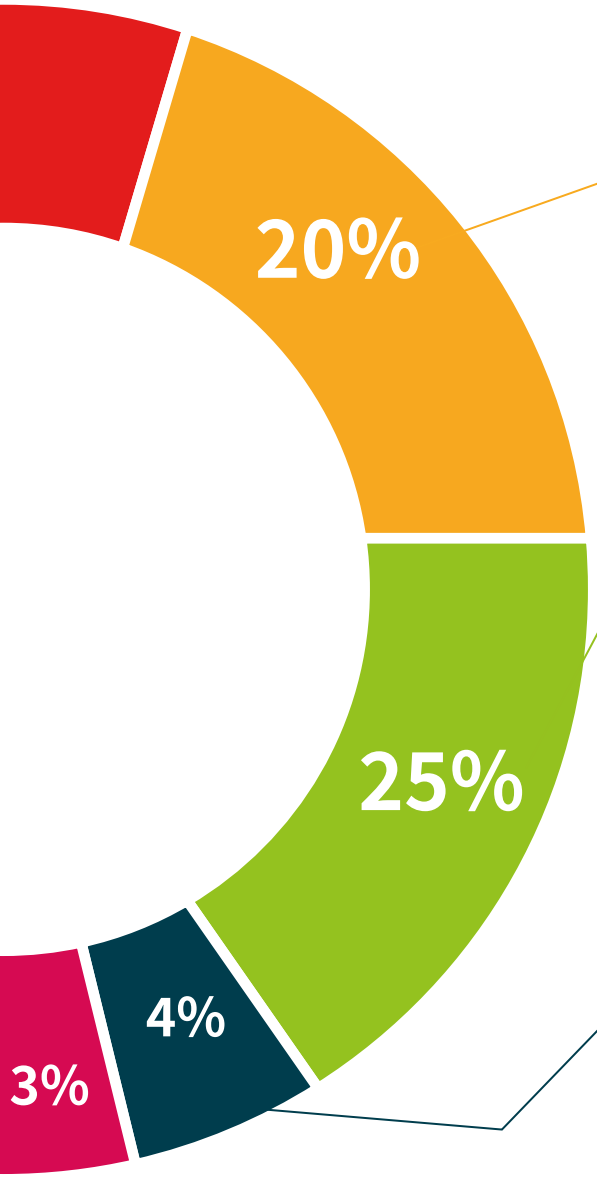
向专家学习可以加强知识和记忆，并为未来的困难决策建立信心。

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

创意品牌传播和管理大学课程除了保证最严格和最新的培训外，还可以获得由TECH科技大学颁发的大学课程学位证书。

成功地完成这个学位，省
去出门或办理文件的麻烦"

这个**创意品牌传播和管理大学课程**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**大学课程**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在大学课程获得的资格，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：**创意品牌传播和管理大学课程**

官方学时：**150小时**

tech 科学技术大学

授予

文凭

_____先生/女士，身份证号码_____

顺利通过并获得认证的课程是

大学课程

创意品牌传播和管理

这是一个由本大学授予的学位，相当于150个小时，
开始日期是 dd/mm/aaaa,结束日期是dd/mm/aaaa。

截至2018年6月28日，TECH是一所被公共教育部认可的私立高等教育机构。

2020年六月17日

Tere Guevara Navarro女士
校长

Unique TECH Code: AFWORD23S techtitute.com/certificates

*海牙加注。如果学生要求为他们的纸质资格证书提供海牙加注，TECH EDUCATION将采取必要的措施来获得，但需要额外的费用。

tech 科学技术大学

大学课程
创意品牌传播和管理

- 模式:在线
- 时间:6周
- 学历:TECH科技大学
- 时间:16小时/周
- 时间表:按你方便的
- 考试:在线

大学课程
创意品牌传播和管理

tech 科学技术大学