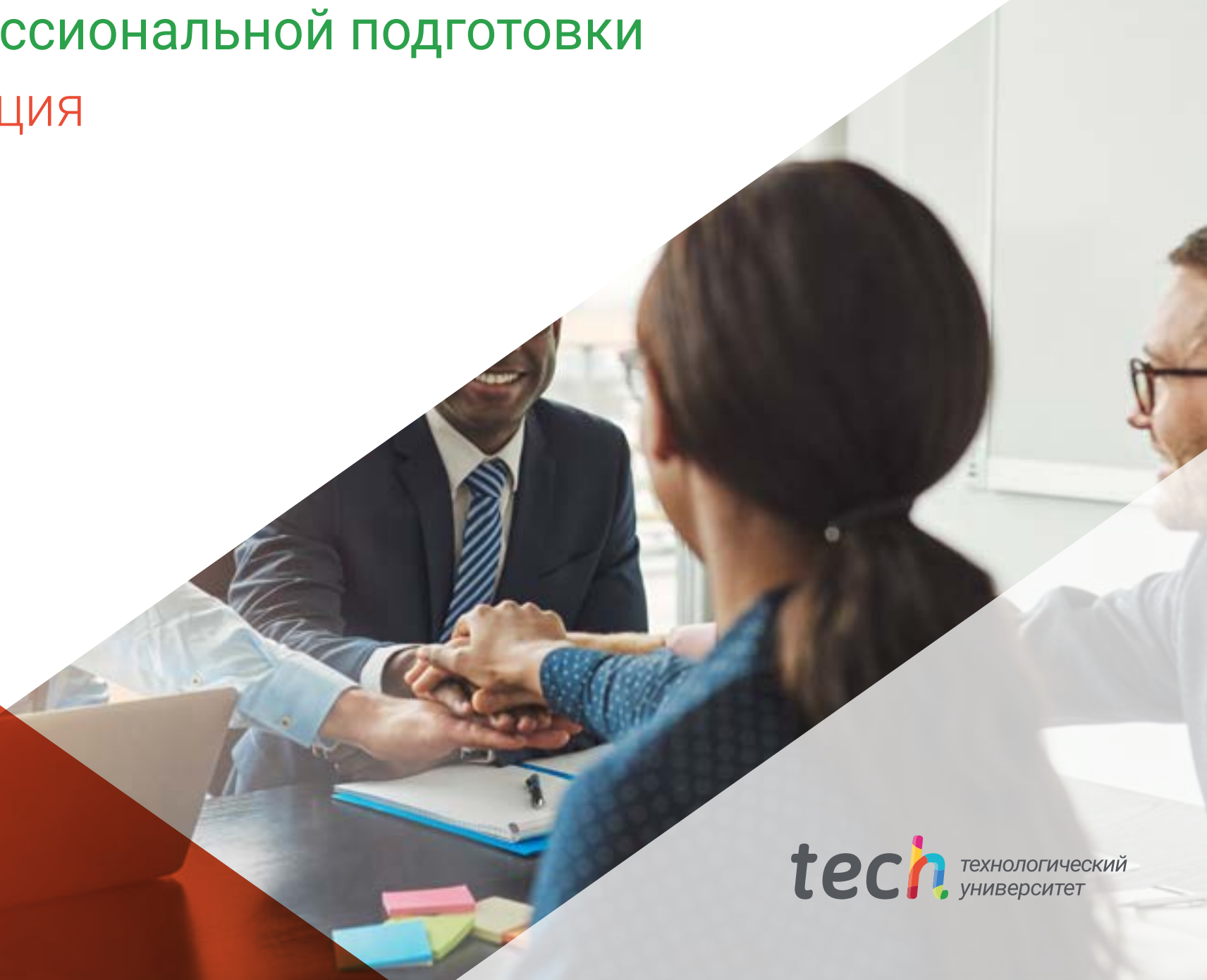


Курс профессиональной подготовки

Коммуникация





Курс профессиональной подготовки

Коммуникация

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

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Структура и содержание

стр. 12

04

Методология

стр. 18

05

Квалификация

стр. 26

01

Презентация

Коммуникации играют важную роль в области рекламы и связей с общественностью, поскольку сообщения должны обладать рядом определенных характеристик, которые служат для убеждения публики и побуждения ее к покупке. Эта программа была разработана ТЕСН с целью предложить студентам новейшие методы и средства коммуникации, а также самые передовые знания в данной отрасли, которые станут основой для их личного и, прежде всего, профессионального роста. Высококачественная программа, отличающаяся полным и актуальным содержанием и эффективной методикой обучения.



“

Получите доступ к соответствующим должностям в области коммуникаций, совершенствуя свои навыки и компетенции с помощью этого Курса профессиональной подготовки”

Курс профессиональной подготовки направлен на то, чтобы дать студентам необходимые инструменты и знания для получения целостного и исчерпывающего представления о коммуникации и понимания системы СМИ и ее структуры в панораме мира и его глобальном контексте. В программе рассматривается устройство глобальной коммуникационной структуры, состоящей из крупных медийных конгломератов, информационных агентств, рекламных групп и киноиндустрии. Студенты изучат вопрос о том, кто входит в систему СМИ и какие компании участвуют в акционерном капитале крупных коммуникационных компаний, а также политику в области СМИ национальных и транснациональных государственных органов.

Со своей стороны, корпоративные коммуникации стали одним из важнейших столпов любой компании. Все организации хотят присутствовать в средствах массовой информации или иметь более эффективную коммуникацию со своими клиентами, поставщиками и сотрудниками. Во многих случаях это стремление к коммуникации любой ценой не соответствует какой-либо тактике, направленной на реализацию определенной стратегии, а предполагает импровизацию, которую компания не может себе позволить. Поэтому специалистам необходимо получить высокую квалификацию в этой области, позволяющую овладеть основными коммуникативными техниками и инструментами, чтобы применять их на практике в своей повседневной работе, что позволит им получить доступ к соответствующим должностям.

С этой целью программа также предлагает студентам подробный обзор креативного мышления и его применения в области коммуникации, что позволит студентам понять и усвоить творческий процесс в любых жизненных обстоятельствах, уделяя особое внимание убеждающей коммуникации. Целью программы является предложить теории и методики, позволяющие преодолеть предрассудки, развить воображение и пробудить установку на генерирование оригинальных идей в любой коммуникативной сфере.

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

- ♦ Использование новейших технологий в области программного обеспечения для онлайн-обучения
- ♦ Система обучения, интенсивно визуальная, поддерживается графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание с использованием телепрактики
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, которое позволяет полностью совместить его с другими видами деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки усвоения полученных знаний
- ♦ Группы для поддержки и форумы для общения студентов между собой: вопросы к эксперту, дискуссии и форумы для обмена знаниями
- ♦ Общение с преподавательским составом и индивидуальная работа по размышлению
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства, имеющего подключение к Интернету
- ♦ Хранящиеся в постоянном доступе учебные материалы

“ *Данная программа научит вас разбираться в фундаментальных аспектах коммуникации* ”

В преподавательский состав входят профессионалы из мира печатной журналистики, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих компаний и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом ситуации и контекста, т.е. в такой среде, которая обеспечит погружение в учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Данная программа основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого студент должен попытаться решить различные возникающие в ходе профессиональной практики ситуации. В этом специалисту поможет инновационная система интерактивных видеороликов, созданных признанными экспертами в области печатной журналистики и имеющими большой опыт работы.

Запишитесь на программу Курса профессиональной подготовки и получите неограниченный доступ ко всем ресурсам программы.

Использование телепрактики даст вам возможность учиться в режиме погружения, что обеспечит более быструю интеграцию и более реалистичное восприятие материала.



02

Цели

Прохождение обучения по программе Курса профессиональной подготовки в области коммуникации от ТЕСН Технологического университета позволит студентам достичь своих академических целей в этой области, получить необходимые знания, чтобы успешно перенести их в свою повседневную работу, что станет большим подспорьем для достижения профессионального совершенствования в этой области. Несомненно, это программа, которая обозначит "до" и "после" в подготовке студентов.





“

Если ваша цель — переориентировать
свое обучение на новые пути
успеха и развития, то этот Курс
профессиональной подготовки для вас”



Общая цель

- ♦ Приобрести необходимые знания для осуществления соответствующей рекламной коммуникации с использованием самых современных цифровых инструментов

“

Достигайте своих академических целей в области коммуникаций и успешно развивайтесь в этой сфере”





Конкретные цели

Модуль 1. Структура коммуникации

- ♦ Уметь понимать основные концепции и теоретические модели человеческой коммуникации, ее элементы и характеристики, а также роль, которую она играет в психологических процессах рекламы и связей с общественностью
- ♦ Обладать способностью правильно контекстуализировать медиасистемы и, в частности, глобальную коммуникационную структуру
- ♦ Уметь описывать основные направления исследований в области социальной коммуникации, а также их различные модели: поведенческие, функциональные, конструктивистские и структурные
- ♦ Уметь определять рамки действий крупных медиагрупп и процессы их концентрации

Модуль 2. Институциональная коммуникация

- ♦ Быть знакомым с отделом коммуникаций в компаниях и учреждениях
- ♦ Применять необходимые методы для управления отделом коммуникаций в компаниях и учреждениях
- ♦ Уметь организовывать мероприятия в частной и общественной сферах, соблюдая протокольные рекомендации
- ♦ Знать приемы исследования корпоративного имиджа и уметь применять средства коммуникации для его эффективного управления в компаниях и общественных организациях
- ♦ Применять инструменты анализа корпоративной идентичности и репутации
- ♦ Проанализировать природу и функционирование групп интересов и групп давления в современных демократических государствах
- ♦ Использовать социальные сети и *e-mobile* как революцию в маркетинге, поддерживать и использовать эти инструменты для достижения целей рекламы и связей с общественностью

Модуль 3. Креативность в коммуникации

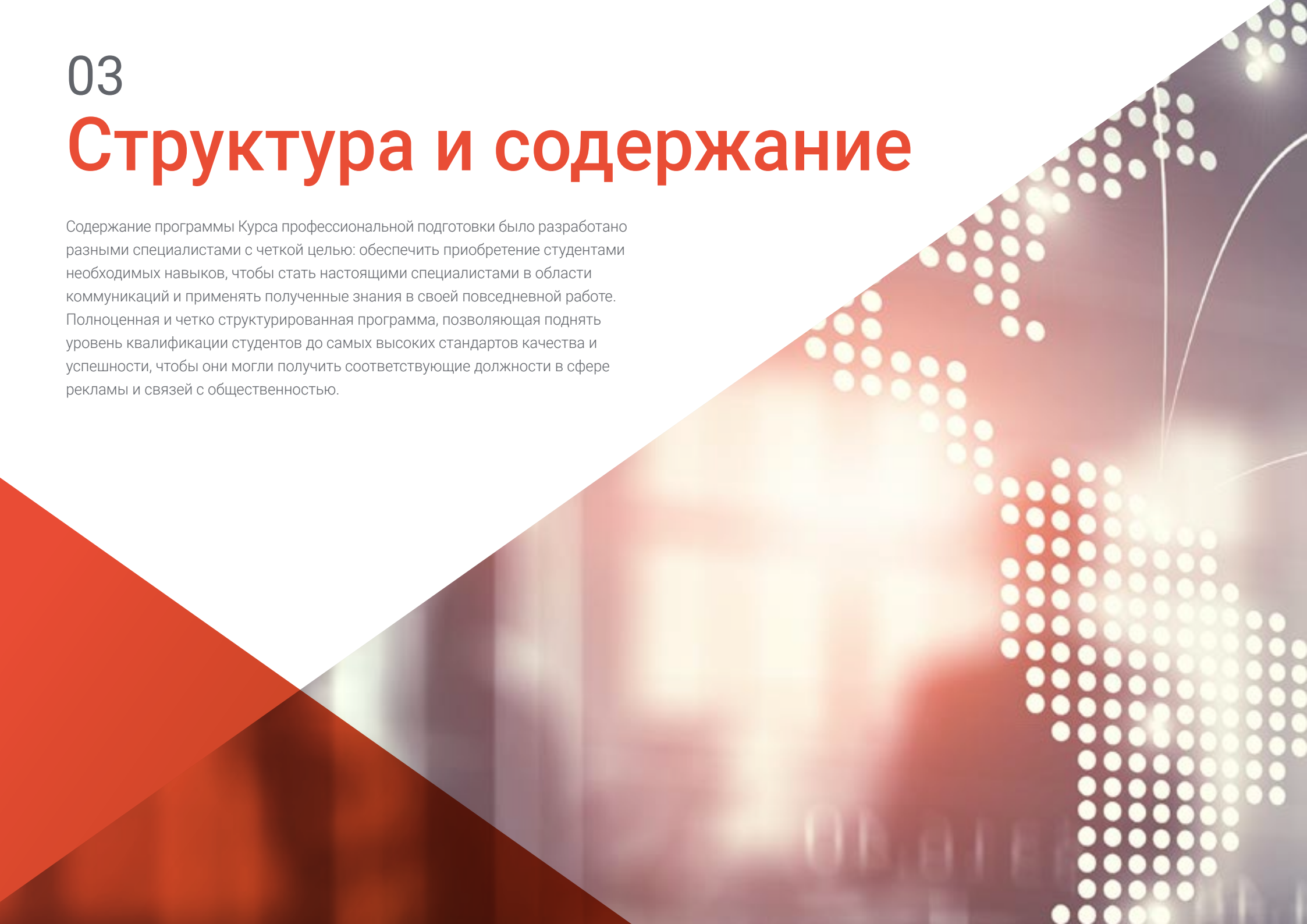
- ♦ Понимать структуру и трансформацию современного общества в связи с элементами, формами и процессами коммуникации в области рекламы и связей с общественностью
- ♦ Поощрять креативность и убедительность с помощью различных средств информации и поддержки
- ♦ Знать элементы, формы и процессы языка рекламы и других форм убеждающей коммуникации
- ♦ Знать значимые и подходящие инструменты для изучения рекламы и связей с общественностью
- ♦ Знать области рекламы и связей с общественностью, их процессы и организационные структуры
- ♦ Определить профессиональные профили специалистов в области рекламы и связей с общественностью, а также основные навыки, необходимые в их профессиональной практике
- ♦ Определять фундаментальные принципы человеческого творчества и их применение в проявлениях убеждающей коммуникации

Модуль 4. Компания по рекламе и связям с общественностью

- ♦ Дать студенту возможность соотнести рекламу и связи с общественностью с другими социальными и гуманитарными науками
- ♦ Научить студента понимать основные концепции и теоретические модели человеческой коммуникации, ее элементы и характеристики, а также роль, которую она играет в психологических процессах рекламы и связей с общественностью
- ♦ Подготовить студента к выявлению и анализу социально-психологических, когнитивных и эмоциональных процессов коммуникации в области рекламы и связей с общественностью

Структура и содержание

Содержание программы Курса профессиональной подготовки было разработано разными специалистами с четкой целью: обеспечить приобретение студентами необходимых навыков, чтобы стать настоящими специалистами в области коммуникаций и применять полученные знания в своей повседневной работе. Полноценная и четко структурированная программа, позволяющая поднять уровень квалификации студентов до самых высоких стандартов качества и успешности, чтобы они могли получить соответствующие должности в сфере рекламы и связей с общественностью.



“

Учебный план состоит из детально разработанных дидактических единиц, которые позволят вам успешно пройти академический путь в области коммуникации”

Модуль 1. Структура коммуникации

- 1.1. Теория, концепция и метод коммуникационной структуры
 - 1.1.2. Структуралистский метод
 - 1.1.3. Определение и цель коммуникационной структуры
 - 1.1.4. Руководство по анализу коммуникационной структуры
- 1.2. Новый международный коммуникационный порядок
 - 1.2.1. Контроль и владение коммуникацией
 - 1.2.2. Коммерциализация коммуникации
 - 1.2.3. Культурное измерение коммуникации
- 1.3. Крупнейшие информационные агентства
 - 1.3.1. Что такое информационное агентство
 - 1.3.2. Информация и новости. Значимость журналиста
 - 1.3.3. До Интернета, великое незнание
 - 1.3.4. Глобализованная карта. От локального к транснациональному
 - 1.3.5. Информационные агентства появились благодаря Интернету
 - 1.3.6. Крупнейшие мировые агентства
- 1.4. Рекламная индустрия и ее взаимосвязь с системой СМИ
 - 1.4.1. Рекламная индустрия, отрасли сознания
 - 1.4.2. Необходимость рекламы для СМИ
 - 1.4.3. Структура рекламной индустрии
 - 1.4.4. СМИ и их связь с областью рекламной индустрии
- 1.5. Кино и рынок культуры и досуга
 - 1.5.1. Введение
 - 1.5.2. Сложная природа кино
 - 1.5.3. Зарождение отрасли
 - 1.5.4. Голливуд — киностолица мира
 - 1.5.5. Власть Голливуда
 - 1.5.6. От золотого голливудского Оскара до фотоколл новых платформ





- 1.6. Политическая власть и СМИ
 - 1.6.1. Влияние СМИ на формирование общества
 - 1.6.2. СМИ и политическая власть
 - 1.6.3. Манипуляция и власть (политическая)
- 1.7. Концентрация СМИ
 - 1.7.1. Теоретический подход к процессам внешнего роста
 - 1.7.2. Политика в области конкуренции и коммуникации в Европейском Союзе
- 1.8. Структура коммуникации в Латинской Америке
 - 1.8.1. Введение
 - 1.8.2. Исторический обзор
 - 1.8.3. Биполярность латиноамериканской системы СМИ
 - 1.8.4. Испаноязычные СМИ в Соединенных Штатах
- 1.9. Перспективный взгляд на структуру коммуникации и журналистики
 - 1.9.1. Дигитализация и новая структура СМИ
 - 1.9.2. Структура коммуникации в демократических странах

Модуль 2. Институциональная коммуникация

- 2.1. Управление коммуникацией
- 2.2. Этика, культура и ценности
- 2.3. Идентичность и корпоративный имидж
- 2.4. Реклама и коммуникация
- 2.5. Цифровая коммуникация
- 2.6. Управление мероприятиями
- 2.7. Спонсорство и меценатство
- 2.8. Лоббисты
- 2.9. Внутренняя коммуникация
- 2.10. Кризис
- 2.11. Финансовая коммуникация
- 2.12. Деловой протокол

Модуль 3. Креативность в коммуникация

- 3.1. ворить — значит думать
 - 3.1.1. Искусство мыслить
 - 3.1.2. Творческое мышление и креативность
 - 3.1.3. Мышление и мозг
 - 3.1.4. Направления исследования креативности: систематизация
- 3.2. Характер творческого процесса
 - 3.2.1. Природа креативности
 - 3.2.2. Понятие креативности: созидание и креативность
 - 3.2.3. Создание идей на службе убеждающей коммуникации
 - 3.2.4. Характер творческого процесса в рекламе
- 3.3. Изобретение
 - 3.3.1. Эволюция и исторический анализ процесса создания
 - 3.3.2. Природа классического канона изобретения
 - 3.3.3. Классический взгляд на вдохновение в происхождении идей
 - 3.3.4. Изобретение, вдохновение, убеждение
- 3.4. Риторика и убеждающая коммуникация
 - 3.4.1. Риторика и реклама
 - 3.4.2. Риторические составляющие убеждающей коммуникации
 - 3.4.3. Риторические фигуры
- 3.5. Креативное поведение и личность
 - 3.5.1. Креативность как личностная характеристика, как продукт и как процесс
 - 3.5.2. Креативное поведение и мотивация
 - 3.5.3. Восприятие и творческое мышление
 - 3.5.4. Элементы креативности
- 3.6. Креативные навыки и способности
 - 3.6.1. Системы мышления и модели креативного интеллекта
 - 3.6.2. Трехмерная модель Гилфорда о структуре интеллекта
 - 3.6.3. Взаимодействие между факторами и возможностями интеллекта
 - 3.6.4. Креативные навыки
 - 3.6.5. Креативные способности

- 3.7. Фазы креативного процесса
 - 3.7.1. Креативность как процесс
 - 3.7.2. Фазы креативного процесса
 - 3.7.3. Фазы креативного процесса в рекламе
- 3.8. Решение проблем
 - 3.8.1. Креативность и решение проблем
 - 3.8.2. Перцептивные блоки и эмоциональные блоки
 - 3.8.3. Методология изобретательства: креативные программы и методы
- 3.9. Методы креативного мышления
 - 3.9.1. *Мозговой штурм* как модель создания идей
 - 3.9.2. Вертикальное мышление и латеральное мышление
- 3.10. Креативность и рекламная коммуникация
 - 3.10.1. Креативный процесс как специфический продукт рекламной коммуникации
 - 3.10.2. Природа креативного процесса в рекламе: креативность и креативный процесс в рекламе
 - 3.10.3. Методологические принципы и эффекты создания рекламы
 - 3.10.4. Создание рекламы: от проблемы к решению
 - 3.10.5. Креативность и убеждающая коммуникация

Модуль 4. Введение в психологию коммуникации

- 4.1. История психологии
 - 4.1.1. Мы начинаем с изучения психологии
 - 4.1.2. Эволюция науки. Исторические и парадигмальные изменения
 - 4.1.3. Парадигмы и этапы в психологии
 - 4.1.4. Когнитивная наука
- 4.2. Введение в социальную психологию
 - 4.2.1. Начинаем с изучения социальной психологии: влияние
 - 4.2.2. Эмпатия, альтруизм и помогающее поведение
- 4.3. Социальное познание: обработка социальной информации
 - 4.3.1. Мышление и познание — жизненно важные потребности
 - 4.3.2. Социальное познание
 - 4.3.3. Упорядочение информации
 - 4.3.4. Мышление: прототипическое или категорическое
 - 4.3.5. Ошибки, которые мы совершаем в мышлении: инференциальные предубеждения
 - 4.3.6. Автоматическая обработка информации

- 4.4. Психология личности
 - 4.4.1. Что такое "я"? Личность и индивидуальность
 - 4.4.2. Самосознание
 - 4.4.3. Самооценка
 - 4.4.4. Самопознание
 - 4.4.5. Межличностные переменные в конфигурации личности
 - 4.4.6. Макросоциальные переменные в формировании личности
- 4.5. Эмоции
 - 4.5.1. О чем мы говорим, когда испытываем эмоции?
 - 4.5.2. Природа эмоций
 - 4.5.3. Эмоции и личность
 - 4.5.4. С другой точки зрения. Социальные эмоции
- 4.6. Психология коммуникации. Убеждение и изменение отношений
 - 4.6.1. Введение в психологию коммуникации
 - 4.6.2. Отношения
 - 4.6.3. Исторические модели в изучении убеждающей коммуникации
 - 4.6.4. Модель вероятности проработки информации (ELM)
 - 4.6.5. Коммуникационные процессы через СМИ
- 4.7. Отправитель
 - 4.7.1. Источник убеждающей коммуникации
 - 4.7.2. Характеристики источника. Достоверность
 - 4.7.3. Характеристики источника. Привлекательность
 - 4.7.4. Характеристики эмитента. Власть
 - 4.7.5. Процессы в убеждающей коммуникации. Механизмы, основанные на первичном познании
- 4.8. Месседж
 - 4.8.1. Начнем с рассмотрения состава месседжа
 - 4.8.2. Типы месседжей: рациональные и эмоциональные сообщения
 - 4.8.3. Эмоциональные месседжи и коммуникация: сообщения, вызывающие страх
 - 4.8.4. Рациональные месседжи и коммуникация

- 4.9. Потребитель
 - 4.9.1. Роль получателя в соответствии с моделью вероятности проработки информации
 - 4.9.2. Потребности и мотивы потребителя: их влияние на изменение отношения к ним
- 4.10. Новые перспективы в изучении коммуникации
 - 4.10.1. Бессознательная обработка информации. Автоматические процессы
 - 4.10.2. Измерение автоматических процессов в коммуникации
 - 4.10.3. Первые шаги в новых парадигмах
 - 4.10.4. Теории систем двойной обработки данных



Полноценная программа обучения, структурированная в отлично разработанные дидактические единицы, ориентированные на обучение, совместимое с вашей личной и профессиональной жизнью"

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 в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. 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*

ТЕСН 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 ТЕСН 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:



Учебный материал

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.



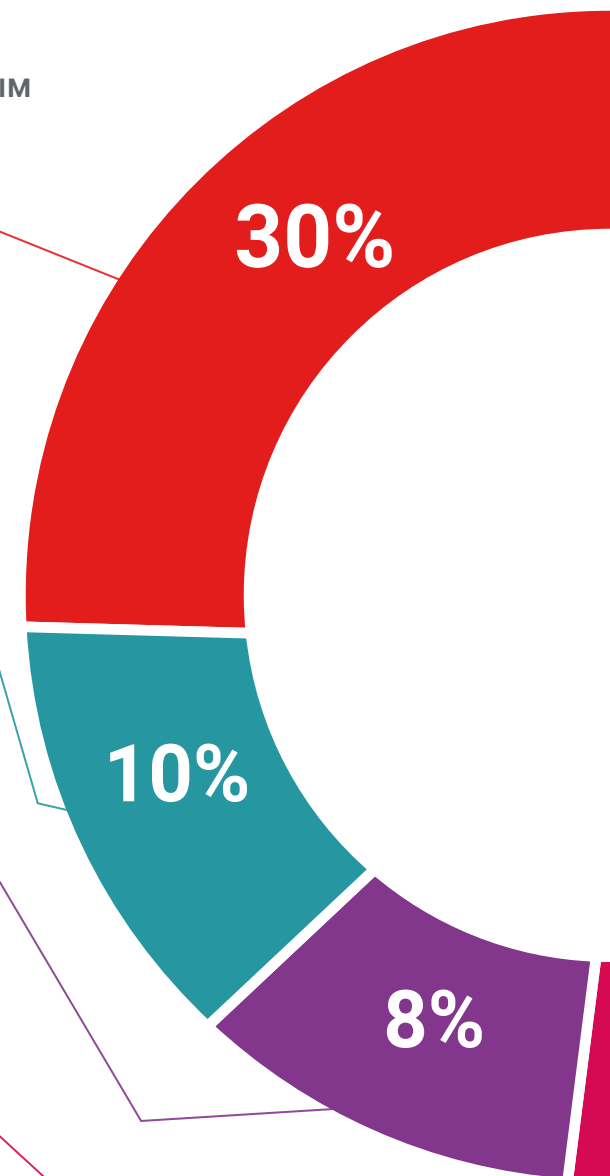
Практика навыков и компетенций

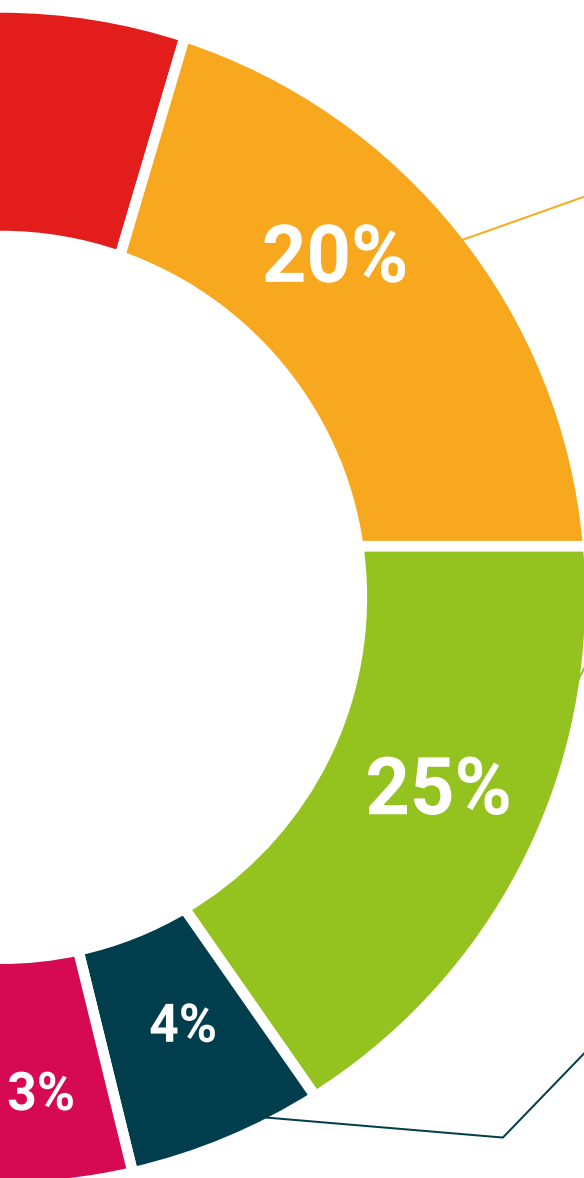
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



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 Коммуникация гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН 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** 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 **ТЕСН Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Курс профессиональной подготовки в области Коммуникация**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



*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
Развитие Институты
Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
ПОДГОТОВКИ

Коммуникация

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

Курс профессиональной подготовки

Коммуникация