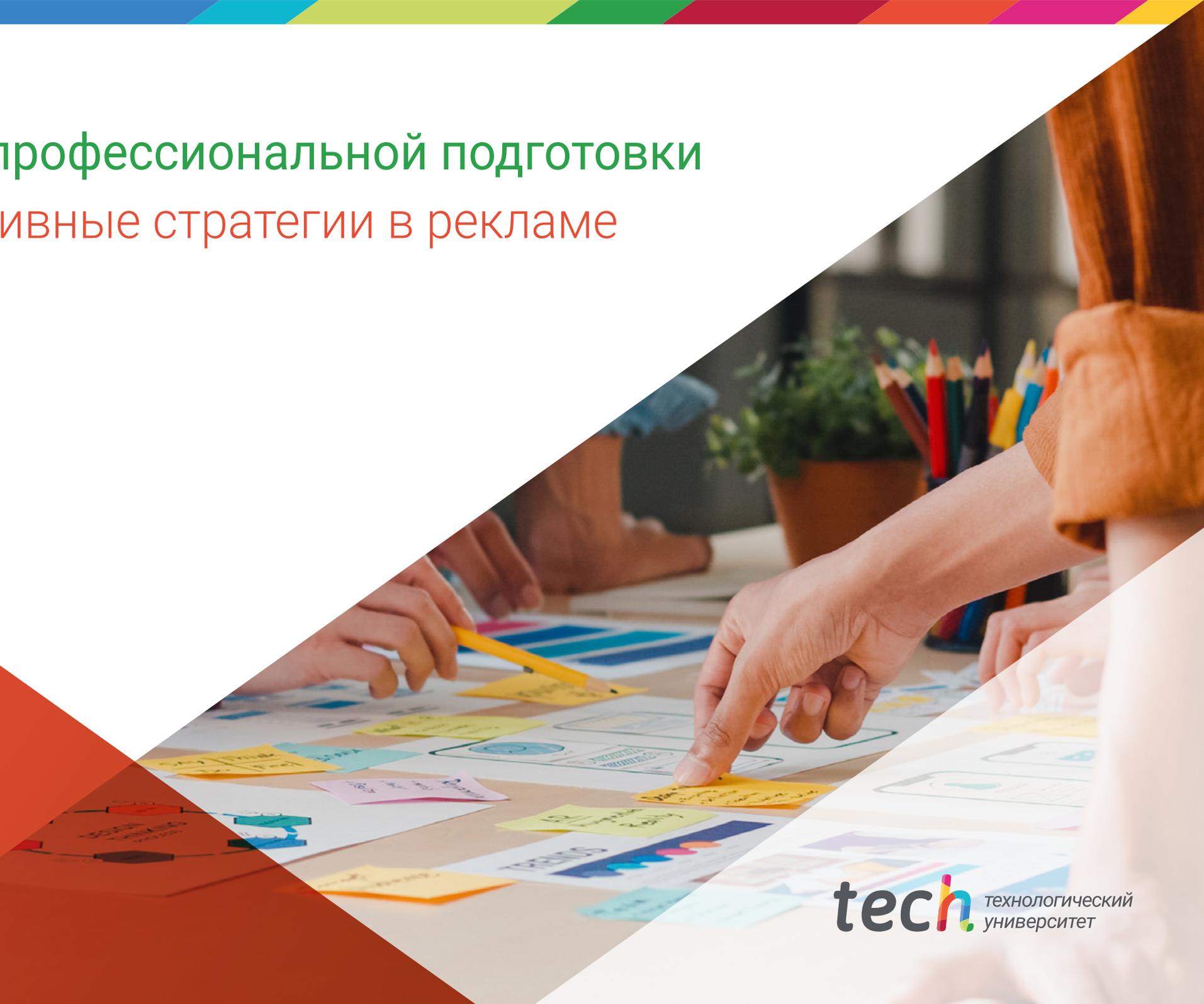


Курс профессиональной подготовки

Креативные стратегии в рекламе





Курс профессиональной подготовки

Креативные стратегии в рекламе

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

Веб-доступ: www.techtute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-advertising-strategies

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 16

05

Методология

стр. 22

06

Квалификация

стр. 30

01

Презентация

Рекламный мир постоянно развивается, и его движущей силой является креативность. В этой развивающейся отрасли требуются профессионалы, свободно владеющие новыми технологиями и адаптирующиеся к текущим потребностям рынка. Эта программа является комплексным ответом на требования отрасли и современные вызовы рекламной сферы, которая ищет новые эффективные коммерческие стратегии. ТЕСН запускает этот обучающий курс, с помощью которого студенты узнают о ключах к рекламному креативу, от поисковой оптимизации до эффективной реализации плана социальных медиа. Кроме того, благодаря 100% онлайн-формату, студент получает возможность гибкого обучения, адаптированного к его потребностям.





“

Благодаря TECH вы освоите самые эффективные рекламные стратегии в цифровой среде с помощью этого Курса профессиональной подготовки на 100% онлайн”

С развитием новых технологий коммуникации стали стратегическим процессом в управлении организациями. В этом отношении реклама помогает компаниям как формировать лояльность, так и выделяться на фоне конкурентов. Чтобы успешно справиться с этой задачей, профессионалы этой сферы должны создавать и использовать креативные методы, чтобы привлечь интерес потребителей.

TECH разработал эту программу, чтобы предоставить студентам наиболее эффективные стратегии. Таким образом, обучающиеся полностью раскроют свой творческий потенциал и смогут разрабатывать эффективные кампании. С этой целью в программе рассматриваются как новые методы, так и средства внедрения инноваций в рекламу. В ней также рассматриваются вопросы создания вдохновляющего контента и необходимость эффективной реализации плана социальных медиа. Кроме того, программа рассмотрит новые творческие задачи, чтобы специалисты могли найти правильную тактику для их решения наилучшим образом.

Обучение на 100% состоит из онлайн-методики, что позволяет студентам комфортно пройти программу. Таким образом, все, что вам нужно, — это устройство с доступом в Интернет, чтобы расширить свои знания и стать профессионалом в области креативных стратегий в рекламе. Обучение предлагает своим студентам самую передовую методику на современном рынке *Relearning*. Эта методика преподавания основана на повторении наиболее важного материала, чтобы обеспечить естественный процесс обучения, который надолго останется в памяти учеников.

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

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами в области рекламного креатива
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание программы предоставляет техническую и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ 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



Выделитесь в рекламном секторе с помощью самой передовой методики на рынке: *Relearning*”

“

Благодаря этому Курсу профессиональной подготовки вы сможете использовать инновационные рекламные технологии, чтобы успешно преодолевать вызовы отрасли”

В преподавательский состав программы входят профессионалы из данного сектора, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

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

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалистам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

С TECH вы овладеете основными цифровыми технологиями, которые помогут вам повысить творческий потенциал и добиться большего охвата аудитории.

С помощью этой программы вы сможете извлечь максимум пользы из таких социальных сетей, как TikTok, X, Facebook и Instagram.



02

Цели

ТЕСН запускает передовую программу, которая позволит студентам приобрести навыки, необходимые для успешной работы в сфере коммуникаций и рекламы. Для этого предлагаются ресурсы, в которых рассказывается о том, как применять творческий подход к основным платформам и сетям социальных медиа, включая TikTok, X и Instagram. В то же время, в программе анализируются новые тенденции в рекламной сфере с акцентом на включение дополненной реальности в рекламу в качестве стратегии дифференциации.



“

С помощью этого Курса профессиональной подготовки вы будете применять инновационные методы в рекламе, которые гарантируют поддержку и лояльность публики”



Общие цели

- ♦ Показать видение креативности как инструмента взаимодействия в развитии коммуникации
- ♦ Усвоить теоретические/практические знания, позволяющие выполнять творческие функции с любой точки зрения
- ♦ Использовать инструменты для поддержки креативности
- ♦ Совершенствовать знания и профессиональные навыки, чтобы уметь осуществлять интеграцию и выполнять работу в креативном отделе любого типа агентства или маркетингового отдела
- ♦ Дать возможность специалисту, овладев необходимыми навыками, улучшить решение проблем и развить основные профессиональные компетенции
- ♦ Показать видение креативности как инструмента взаимодействия в развитии коммуникации
- ♦ Разрабатывать действия и инициативы, улучшающие творческие результаты, в сотрудничестве с другими участниками, вовлеченными в их разработку





Конкретные цели

Модуль 1. Рекламный креатив

- ♦ Глубоко понять, что такое креативность, как она развивается с появлением новых технологий и как влияет на различные профессиональные области
- ♦ Подробно описать проблемы, с которыми сталкивается творческий человек
- ♦ Выделить ценности креативного сотрудничества
- ♦ Обозначить актуальность креативности в различных профессиях
- ♦ Изучить лучшие условия для стимулирования креативности
- ♦ Понять роль креативности в рекламе
- ♦ Изучить художественные ориентиры креативности
- ♦ Ознакомиться с проблемами меняющейся и конкурентной среды
- ♦ Призывать к преодолению границ
- ♦ Способствовать пониманию того, что каждая проблема — это возможность для роста

Модуль 2. Цифровая креативность

- ♦ Изучать, как цифровые технологии революционизировали создание контента и стратегии продвижения в онлайн-среде
- ♦ Различать цифровой маркетинг и рекламу
- ♦ Изучить различные форматы онлайн-рекламы, начиная от баннерной и заканчивая рекламой дополненной реальности
- ♦ Глубоко изучить креативность в цифровом маркетинге, проанализировав ключевые стратегии
- ♦ Изучить SEO как важнейший инструмент для улучшения узнаваемости в Интернете
- ♦ Повысить эффективность использования электронной почты как инструмента продвижения, лояльности и автоматизации кампаний в email-маркетинге
- ♦ Погрузиться в сферу социальных сетей и стратегии использования их потенциала
- ♦ Проанализировать сотрудничество с инфлюенсерами и укрепить идентичность бренда

Модуль 3. Креативность в социальных сетях

- ♦ Изучить креативность на различных платформах и носителях
- ♦ Получить полное представление о том, как креативность адаптируется к каждой из социальных сетей
- ♦ Знать технические аспекты использования
- ♦ Открыть для себя советы по творчеству и вдохновляющие примеры
- ♦ Проанализировать креативность блогов и информационных бюллетеней

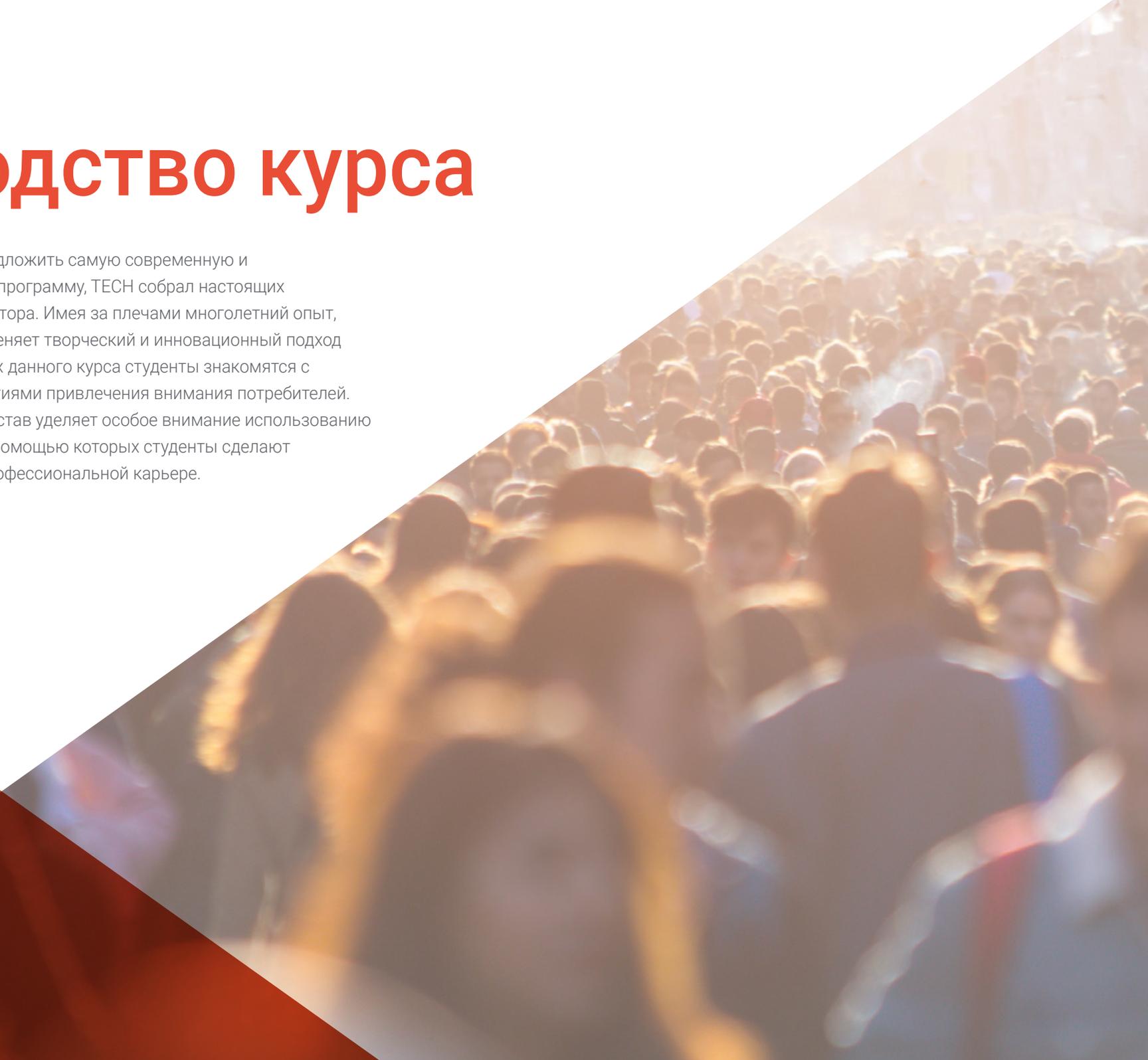


С помощью TECH вы освоите стратегии, позволяющие оптимизировать ваше SEO-позиционирование и тем самым выделиться в поисковых системах”

03

Руководство курса

В своем твердом намерении предложить самую современную и инновационную академическую программу, ТЕСН собрал настоящих профессионалов рекламного сектора. Имея за плечами многолетний опыт, преподавательский состав применяет творческий и инновационный подход к рекламному процессу. В рамках данного курса студенты знакомятся с наиболее эффективными стратегиями привлечения внимания потребителей. Для этого преподавательский состав уделяет особое внимание использованию самых современных методов, с помощью которых студенты сделают качественный скачок в своей профессиональной карьере.





“

Вы получите доступ к лучшим дидактическим материалам от высококвалифицированного преподавательского состава, который предоставит вам совершенно инновационное видение рекламы”

Руководство



Г-н Лабарта Велес, Фернандо

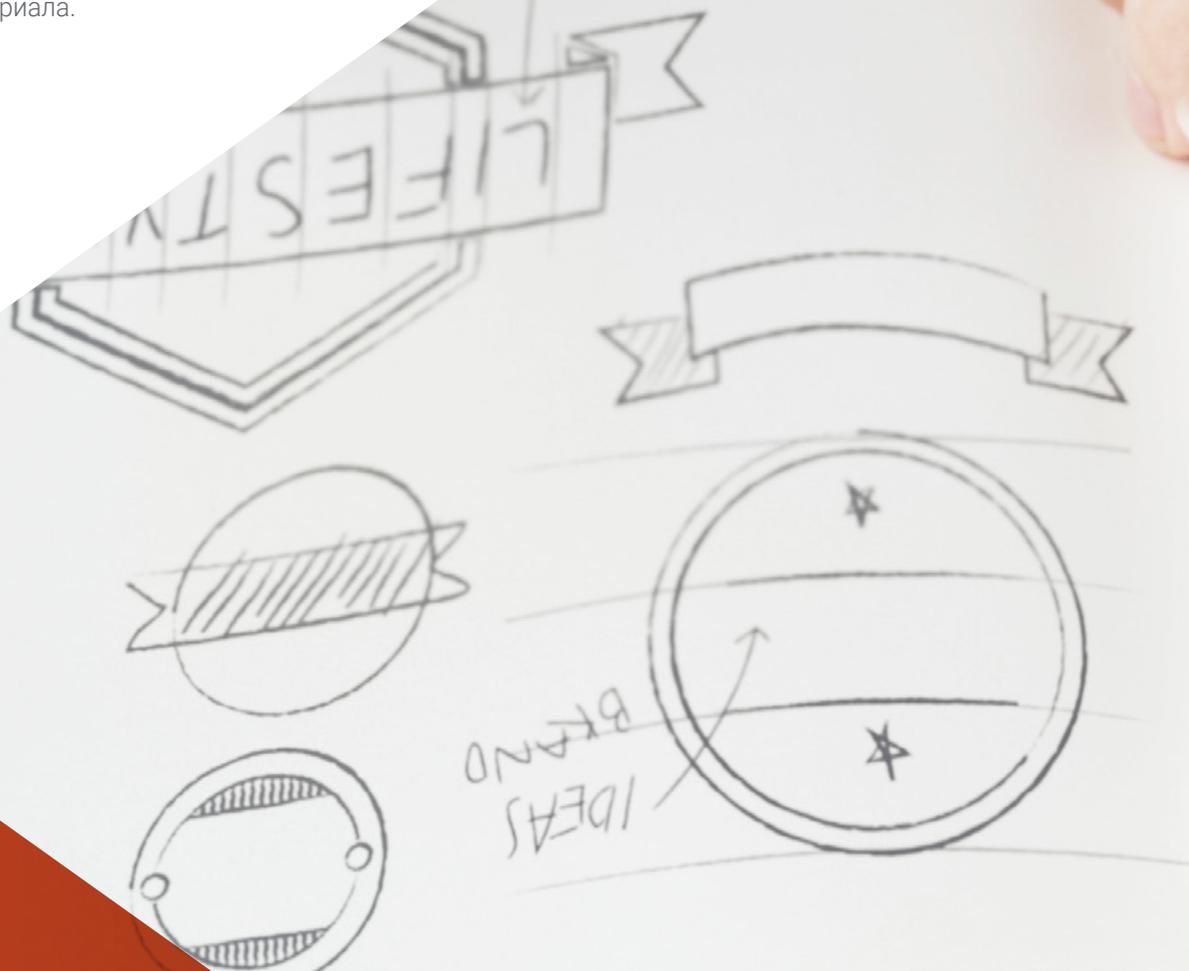
- ♦ Креативный директор в El Factor H
- ♦ Директор по маркетингу в La Ibense
- ♦ Креативный директор по мероприятиям в Beon Worldwide
- ♦ Директор по брендированному контенту в Atrium Digital и Mettre
- ♦ Креативный директор в Grupo de Comunicación del Sur, BSB и FCA BMZ Cid
- ♦ Преподаватель магистратуры по управлению деловыми и институциональными коммуникациями в Университете Севильи
- ♦ Соавтор книги "Как создать марку". Руководство по использованию и управлению



04

Структура и содержание

Чтобы гарантировать эффективное обучение, ресурсы этого Курса профессиональной подготовки контролируются экспертами из рекламного сектора. Преподаватели разработали материалы, которые предоставляют студентам самую актуальную информацию и самые современные методики для развития их навыков. Академический план обучения поддерживается системой Relearning. С помощью этой методики, разработанной TECH, повторяются наиболее важные аспекты, стимулирующие запоминание материала.





“

Благодаря ресурсам ТЕСН вы станете креативным специалистом и сможете руководить командами в самых престижных компаниях рекламного сектора”

Модуль 1. Рекламный креатив

- 1.1. Что такое креативность
 - 1.1.1. Определения
 - 1.1.2. Постоянно меняющиеся креативные модели. Появление новых технологий, необходимость повышения эффективности
 - 1.1.3. Проблемы, с которыми сталкиваются креативщики при разработке инновационных стратегий. Преимущества сотрудничества
 - 1.1.4. Профессии, в которых востребована креативность
 - 1.1.5. Люди, которые выделялись своей исключительной креативностью
- 1.2. Лучшие условия для креативности. Генерирование идей
 - 1.2.1. Фазы креативности
 - 1.2.2. Сфокусироваться на проблеме
 - 1.2.3. Расслабиться, получить удовольствие
 - 1.2.4. Ошибаться
 - 1.2.5. Играть и техники стимулирования игры
- 1.3. Субъект креатива
 - 1.3.1. Требования к субъекту креатива
 - 1.3.2. Стабильность
 - 1.3.3. Криптонит креатива
 - 1.3.4. Влюбленность в проект
 - 1.3.5. Хороший или плохой креатив?
 - 1.3.6. Память творца
- 1.4. Задачи креатива для разработки инновационных стратегий
 - 1.4.1. Отношения с клиентами: компаниями, людьми, организациями, территориям
 - 1.4.2. Отношения с другими заинтересованными сторонами: поставщиками (фотографами, планировщиками, вещателями, дизайнерами и т.д.), коллегами, менеджерами агентств, искусственным интеллектом и т.д.
 - 1.4.3. Отношения с потребителями
 - 1.4.4. Важность формирования команды
- 1.5. Контекст креативного проекта
 - 1.5.1. Вывод на рынок инновационного продукта
 - 1.5.2. Стратегия подхода к креативности
 - 1.5.3. Сложные продукты или услуги
 - 1.5.4. Персонализированная коммуникация



- 1.6. Виды рекламы. Креативная и не креативная
 - 1.6.1. Инновационная, типовая, имитационная и т.д.
 - 1.6.2. Различия между оригинальной рекламой
 - 1.6.3. Способы привлечения клиентов с помощью креатива
- 1.7. Художественное творчество в коммуникации
 - 1.7.1. 21 причина быть креативным
 - 1.7.2. Что мы называем искусством в коммуникации
 - 1.7.3. Художественные ориентиры рекламного креатива
- 1.8. Новые креативные задачи
 - 1.8.1. Новые каналы, технологии, тенденции и т.д.
 - 1.8.2. Разработка нового формата
 - 1.8.3. Необходимость внедрения новых технологий в инновационную рекламу
 - 1.8.4. Появление конкурентов
 - 1.8.5. Жизненный цикл идеи
 - 1.8.6. Устойчивость, инклюзивный язык
- 1.9. Тенденции в рекламном креативе
 - 1.9.1. Роль потребителей в принятии решений
 - 1.9.2. Новые методы и средства массовой информации
 - 1.9.3. Новые технологии
- 1.10. Пределы рекламного креатива
 - 1.10.1. Доступ к самым инновационным идеям
 - 1.10.2. Стоимость хорошей идеи
 - 1.10.3. Актуальность сообщения
 - 1.10.4. Карта решений
 - 1.10.5. Поиск оптимального баланса

Модуль 2. Цифровая креативность

- 2.1. Что такое цифровое творчество?
 - 2.1.1. Цифровые технологии для создания
 - 2.1.2. Цифровые техники для повышения креативности
 - 2.1.3. Выводы
- 2.2. Различия между цифровой рекламой и цифровым маркетингом
 - 2.2.1. Описание цифровой маркетинг
 - 2.2.2. Описание цифровой рекламы
 - 2.2.3. Выводы
- 2.3. Креативность в цифровой рекламе
 - 2.3.1. Баннеры
 - 2.3.2. Поисковые объявления (Ads)
 - 2.3.3. Видеореклама
 - 2.3.4. Нативная реклама
 - 2.3.5. Объявления в социальных сетях
 - 2.3.6. *Отображаемая* реклама
 - 2.3.7. Реклама с дополненной реальностью
 - 2.3.8. Реклама по электронной почте
- 2.4. Креативность в цифровом маркетинге
 - 2.4.1. Создание контента
 - 2.4.2. Актуальность и ценность
 - 2.4.3. Разнообразие форматов
 - 2.4.4. Позиционирование в качестве эксперта
 - 2.4.5. Частота и последовательность
 - 2.4.6. Измерение результатов
- 2.5. SEO (*Оптимизация поисковых систем*)
 - 2.5.1. Оптимизация поисковых систем
 - 2.5.2. Показатели SEO
 - 2.5.3. Выводы
- 2.6. Email-маркетинг
 - 2.6.1. Продвижение продуктов и услуг
 - 2.6.2. Новости и соответствующая информация
 - 2.6.3. Последующие действия и лояльность
 - 2.6.4. Автоматизация

- 2.7. Маркетинг в социальных сетях
 - 2.7.1. Увеличение охвата и видимости
 - 2.7.2. Создание сообщества
 - 2.7.3. Создание вдохновляющего контента
 - 2.7.4. Генерация лидов и конверсия
 - 2.7.5. Сотрудничество с авторитетами
 - 2.7.6. Обратная связь и совершенствование
 - 2.7.7. Брендинг и авторитет
- 2.8. Партнерский маркетинг
 - 2.8.1. Стратегии выбора
 - 2.8.2. Средства поиска
 - 2.8.3. Как применять креативность
 - 2.8.4. Примеры
- 2.9. Маркетинг влияния
 - 2.9.1. Стратегии выбора
 - 2.9.2. Средства поиска
 - 2.9.3. Как применять креативность
 - 2.9.4. Примеры
- 2.10. План социальных медиа
 - 2.10.1. Структура и базовое содержание
 - 2.10.2. Креативные примеры
 - 2.10.3. Выводы

Модуль 3. Креативность в социальных сетях

- 3.1. Креативность в TikTok
 - 3.1.1. Технические аспекты использования
 - 3.1.2. Как быть креативным в TikTok
 - 3.1.3. Примеры
- 3.2. Креативность в X
 - 3.2.1. Технические аспекты использования
 - 3.2.2. Как быть креативным в X
 - 3.2.3. Примеры





- 3.3. Креативность на Facebook
 - 3.3.1. Технические аспекты использования
 - 3.3.2. Как быть креативным в Facebook
 - 3.3.3. Примеры
- 3.4. Креативность в Instagram
 - 3.4.1. Технические аспекты использования
 - 3.4.2. Как быть креативным в Instagram
 - 3.4.3. Примеры
- 3.5. Креативность в LinkedIn
 - 3.5.1. Технические аспекты использования
 - 3.5.2. Как быть креативным в LinkedIn
 - 3.5.3. Примеры
- 3.6. Креативность в YouTube
 - 3.6.1. Технические аспекты использования
 - 3.6.2. Как быть креативным в YouTube
 - 3.6.3. Примеры
- 3.7. Креативность в Whatsapp
 - 3.7.1. Технические аспекты использования
 - 3.7.2. Как быть креативным в WhatsApp
 - 3.7.3. Примеры
- 3.8. Креативность для блогов
 - 3.8.1. Технические аспекты использования
 - 3.8.2. Как быть креативным в блоге
 - 3.8.3. Примеры
- 3.9. Креатив для рассылок
 - 3.9.1. Технические аспекты использования
 - 3.9.2. Как проявить креативность в рассылке
 - 3.9.3. Примеры
- 3.10. Креативность в Википедии
 - 3.10.1. Технические аспекты использования
 - 3.10.2. Как быть креативным в Википедии
 - 3.10.3. Примеры

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 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*

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:



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.



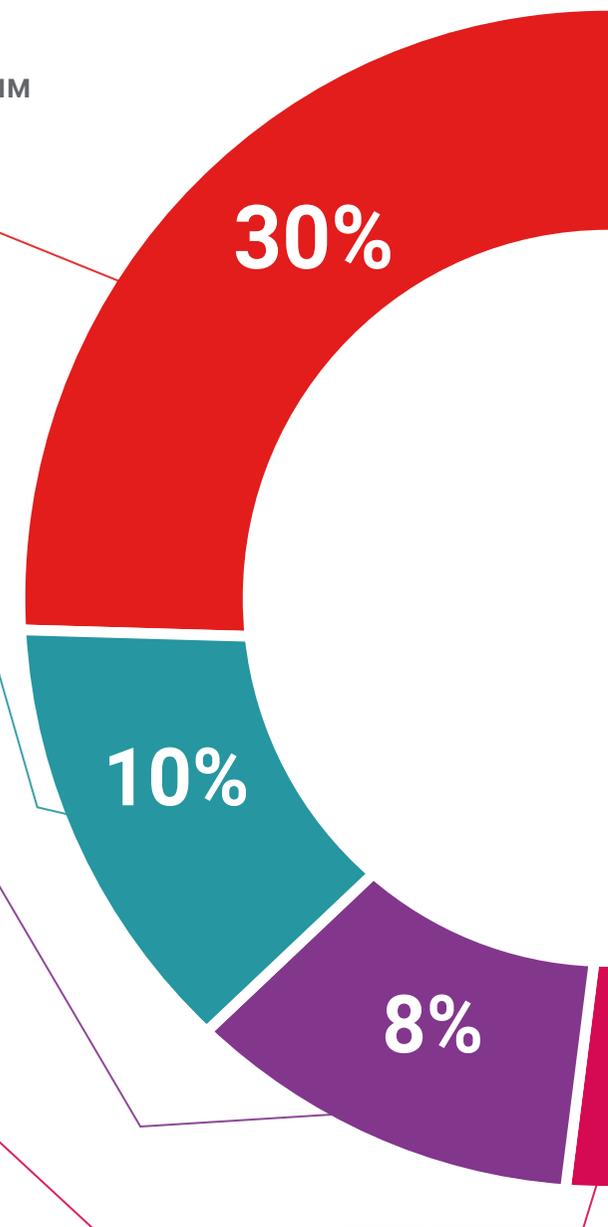
Практика навыков и компетенций

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.



06

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области креативных стратегий в рекламе 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 бумажной волокитой”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области креативных стратегий в рекламе** 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 креативных стратегий в рекламе**

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

Креативные стратегии
в рекламе

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Квалификация: TESH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки

Креативные стратегии в рекламе

