

Курс профессиональной подготовки

Креативная разработка
рекламных кампаний



Курс профессиональной подготовки

Креативная разработка рекламных кампаний

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

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-development-advertising-campaigns

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

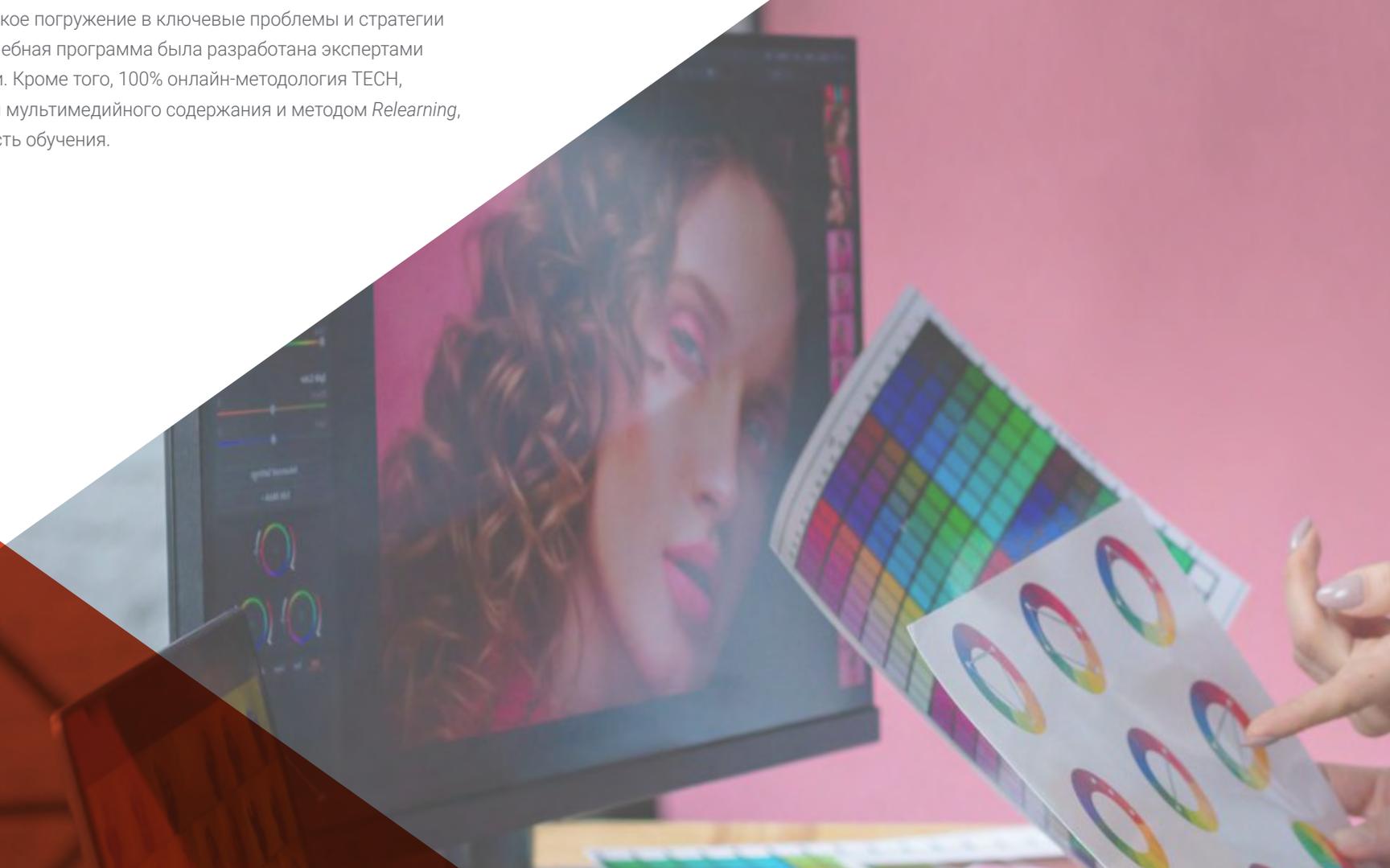
Квалификация

стр. 30

01

Презентация

Рекламная реальность становится все более конкурентной: различные бренды внедряют инновационные стратегии создания контента. Это заставляет зрителей требовать сюрпризов, чтобы завладеть их вниманием. В этом контексте оригинальность и высокая квалификация стали необходимостью для специалистов по коммуникации и креативу. Данная программа предлагает глубокое погружение в ключевые проблемы и стратегии разработки рекламных кампаний. Учебная программа была разработана экспертами с большим опытом работы в отрасли. Кроме того, 100% онлайн-методология TECH, поддерживаемая широким спектром мультимедийного содержания и методом *Relearning*, гарантирует гибкость и эффективность обучения.



“

Записывайтесь прямо сейчас на эту 100% онлайн-программу, чтобы продвинуться по карьерной лестнице и разработать эффективные рекламные кампании”

Рекламная индустрия находится в состоянии постоянной эволюции, характеризующейся изменением креативных моделей, появлением новых технологий и растущим спросом на повышение эффективности проведения кампаний. Все это требует от специалистов по рекламе быть в курсе последних тенденций, а также приобретать навыки, которые позволят им выделиться в мире труда. Именно в этом случае программа TECH Global University является важным ресурсом, обеспечивающим практическую и стратегическую подготовку для достижения успеха в этой динамичной области.

Учебный план этого Курса профессиональной подготовки по креативной разработке рекламных кампаний специально обращается к актуальным задачам, углубляясь в постоянно меняющиеся креативные модели и эффективную интеграцию новых технологий в рекламные кампании. В программе рассматривается необходимость разработки кросс-платформенного, *кросс-медийного* и *трансмедийного* контента для эффективного взаимодействия с различными аудиториями и по разным каналам. Кроме того, будет подробно рассмотрена оптимизация *сторителлинга* в различных *онлайн-* и *офлайн-медиа*. Такой подход позволяет не только адаптироваться к текущим требованиям, но и предвидеть и подготовить выпускников к будущим вызовам.

Что касается методики, то она отличается тем, что проводится в режиме 100% онлайн, что позволяет специалистам получать доступ к обучению без географических ограничений. Методология *Relearning* представлена как эффективный подход, основанный на повторении ключевых понятий для закрепления знаний и содействия непрерывному обучению. Такое сочетание гибкости и практического подхода гарантирует, что студенты не только получают теоретические знания, но и разовьют навыки, которые можно сразу же применить на рабочем месте.

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

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами в области креативной разработки рекламных кампаний
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание программы предоставляет актуальную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- ♦ 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



Поднимите свою профессиональную карьеру на новый уровень с помощью этого Курса профессиональной подготовки, где вы рассмотрите взаимоотношения рекламного специалиста с другими заинтересованными сторонами”

“

Вы углубите свое понимание необходимости внедрения новых технологий для достижения инновационной рекламы”

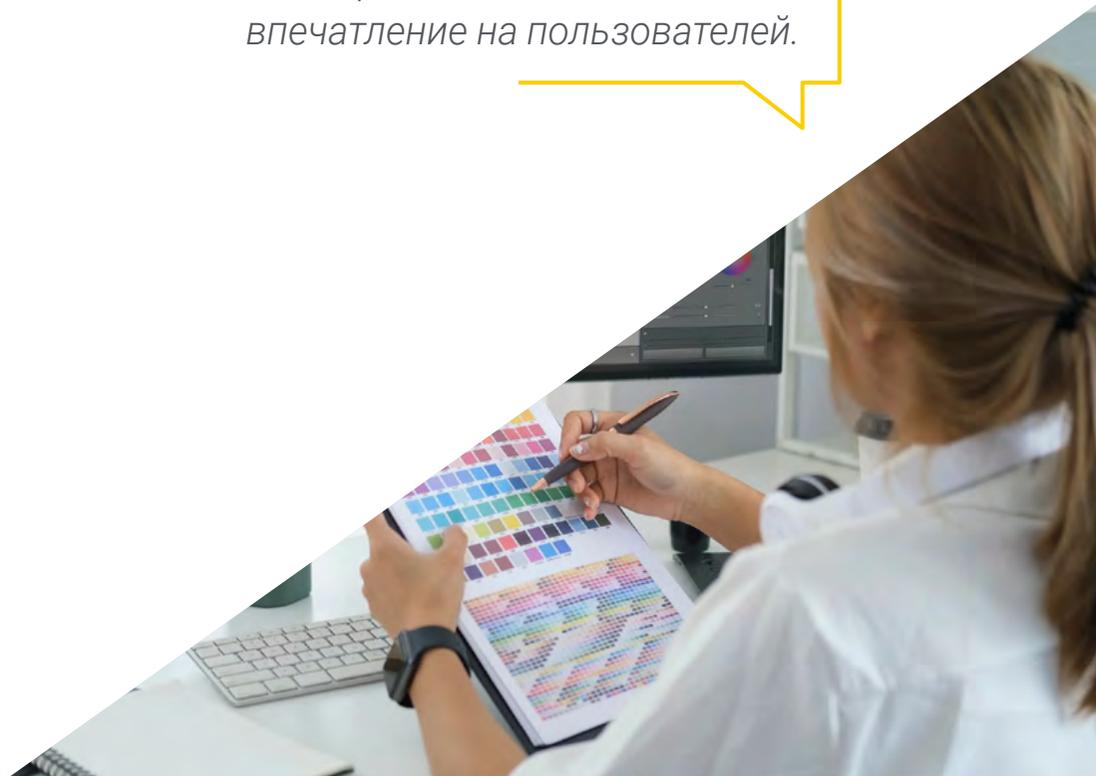
В преподавательский состав программы входят профессионалы из данного сектора, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

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.

Узнайте об эффективных стратегиях контент-маркетинга в лучшем цифровом университете мира по версии Forbes.

Записавшись на курс, вы овладеете передовыми навыками сторителлинга, чтобы увлечь аудиторию и произвести неизгладимое впечатление на пользователей.



02

Цели

Основной целью разработки программы данного Курса профессиональной подготовки является обучение студентов креативной разработке рекламных кампаний. С этой целью в курсе рассматриваются основные навыки, необходимые для успешной работы в постоянно меняющейся и конкурентной рекламной среде. Кроме того, в этой программе рассматривается актуальность *брендированного контента* и дополнительные преимущества, которые дает его симбиоз с контент-маркетингом. Все эти цели достигаются простым и эффективным способом благодаря использованию инновационной методологии *Relearning*.





“

Более 540 часов лучших мультимедийных материалов, которые помогут вам достичь всех поставленных целей, ждут вас в этом Курсе профессиональной подготовки”



Общие цели

- ♦ Совершенствовать знания и профессиональные навыки, чтобы уметь осуществлять интеграцию и выполнять работу в креативном отделе любого типа агентства или маркетингового отдела
- ♦ Усвоить теоретические/практические знания, позволяющие выполнять творческие функции с любой точки зрения
- ♦ Получить глубокие знания о взаимоотношениях между специалистами по креативу и остальными агентами, вовлеченными в процесс становления коммерческой коммуникации
- ♦ Показать и оценить новые тенденции, с которыми столкнутся специалисты в этой области сейчас и в будущем
- ♦ Дать возможность специалисту, овладев необходимыми навыками, улучшить решение проблем и развить основные профессиональные компетенции
- ♦ Получить глубокие знания о новых проектах, представляющих ценность для коммерческой коммуникации
- ♦ Показать видение креативности как инструмента взаимодействия в развитии коммуникации
- ♦ Получить глубокие знания о новейших инструментах, помогающих креативности
- ♦ Разрабатывать действия и инициативы, улучшающие творческие результаты, в сотрудничестве с другими участниками, вовлеченными в их разработку
- ♦ Использовать инструменты для поддержки креативности





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 сотрудник креативного отдела
- ♦ 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. Брендированный контент

- ♦ Подчеркнуть важность *брендированного контента* и его связь с контент-маркетингом
- ♦ Объяснять, что такое *брендированный контент* и в чем его сходство с традиционной рекламой
- ♦ Детализировать требования к созданию *брендированного контента*
- ♦ Обращаться к типологиям *брендированного контента*, которые могут быть успешными
- ♦ Указать характеристики вирусных видеороликов и их полезность
- ♦ Представить контент-маркетинг как важнейший компонент новой коммуникации
- ♦ Определить значение *сторителлинга* и его распространения на различных платформах и в социальных сетях
- ♦ Изучить особенности и различия виртуальных событий

Модуль 3. Компетенции рекламного креативщика

- ♦ Анализировать профессиональные навыки, необходимые для успешной работы в области рекламного креатива
- ♦ Понимать, как творчески подходить к поиску работы, создавать сильный личный бренд, справляться с безработицей и изменениями в отрасли
- ♦ Знать, как вести себя на работе, как во время успеха, так и во время неудач, и как интегрироваться в рабочую среду
- ♦ Открывать возможности креативных профессионалов и компаний в области маркетинга и рекламы
- ♦ Помогать понять, что такое успех и как его достичь
- ♦ Изучить, на что похожа жизнь креативщика, как на работе, так и вне ее
- ♦ Знать, как получить максимальную отдачу от творческой профессии

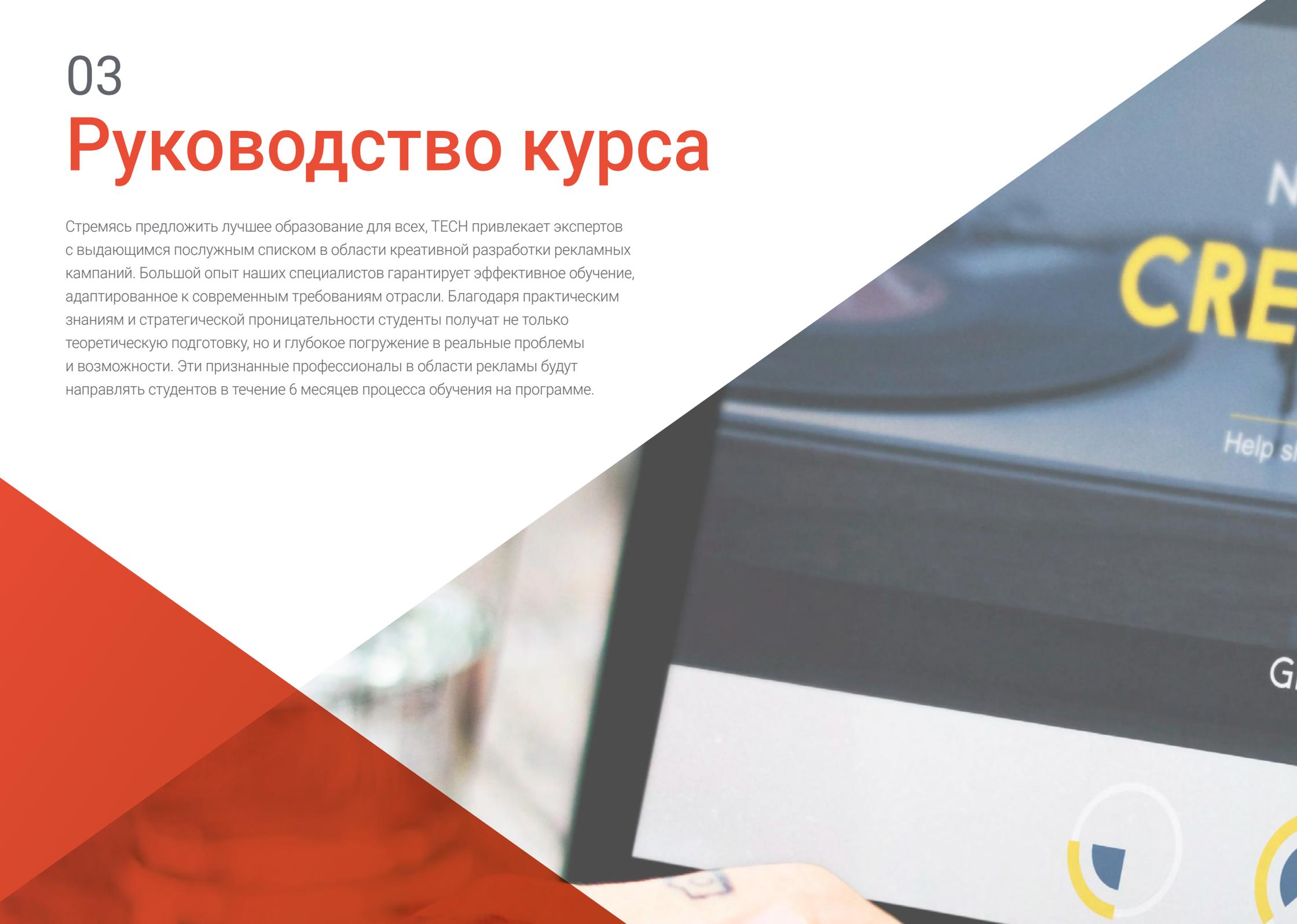


Станьте выдающимся создателем рекламы и превзойдите свои карьерные ожидания. Поступайте сейчас!"

03

Руководство курса

Стремясь предложить лучшее образование для всех, TESH привлекает экспертов с выдающимся послужным списком в области креативной разработки рекламных кампаний. Большой опыт наших специалистов гарантирует эффективное обучение, адаптированное к современным требованиям отрасли. Благодаря практическим знаниям и стратегической проницательности студенты получают не только теоретическую подготовку, но и глубокое погружение в реальные проблемы и возможности. Эти признанные профессионалы в области рекламы будут направлять студентов в течение 6 месяцев процесса обучения на программе.



NEVER ENDING

CREATIVITY

Shaping up your business

GET START



“

Вы овладеете стратегическими навыками, которые приведут вас к успеху в работе с лидерами в области креативной 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 брендируемому 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

Курс профессиональной подготовки в области креативной разработки рекламных кампаний предлагает комплексное погружение в проблемы и стратегии, необходимые для успешной работы в индустрии. Программа посвящена проблемам, с которыми сталкиваются специалисты по креативу при разработке инновационных стратегий, и предлагает практические инструменты для преодоления препятствий и развития оригинальности. В ней также изучаются такие важные понятия, как контент-маркетинг, и рассказывается о том, как строить убедительные повествования, чтобы увлечь аудиторию. В курсе рассматриваются, благодаря 540 часам мультимедийного содержания, реалистичные ситуации, обучающие студентов тому, как действовать, когда бренд теряет доверие в отрасли.





“

Благодаря учебной программе TECH вы сможете добиться успеха в постоянно развивающейся рекламной индустрии”

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 креативщика
- 1.4. Задачи креатива для разработки инновационных стратегий
 - 1.4.1. Отношения с клиентами: компаниями, людьми, организациями, территориями
 - 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. Внедрение инновационного продукта на рынок
 - 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

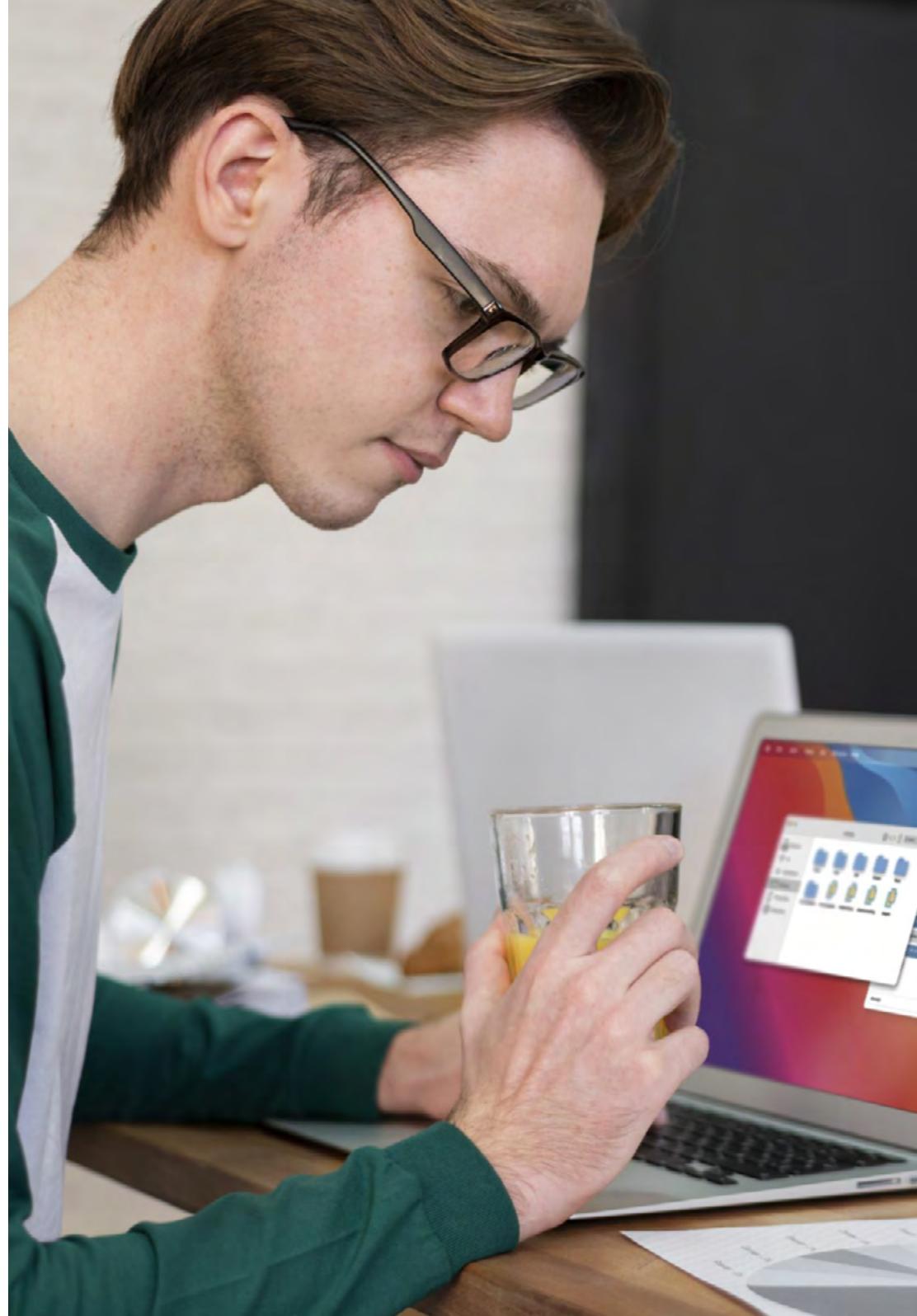
Модуль 2. Брендированный контент

- 2.1. Что такое брендированный контент
 - 2.1.1. Чем реклама похожа на брендированный контент
 - 2.1.2. Что необходимо для его создания
 - 2.1.3. Типологии
 - 2.1.4. Какой контент будет иметь успех
 - 2.1.5. Характеристики вирусных видеороликов
 - 2.1.6. Применимость

- 2.2. Что такое контент-маркетинг?
 - 2.2.1. Релевантный и полезный контент
 - 2.2.2. Интерактивный контент
 - 2.2.3. Сторителлинг
 - 2.2.4. Мультиплатформенный, кросс-медийный и трансмедийный контент
 - 2.2.5. Добавленная стоимость
 - 2.2.6. Креативность в социальных сетях
 - 2.2.7. Как добиться успеха в социальных сетях
 - 2.2.8. Как сделать наш контент доступным
- 2.3. Мультимедийная креативность
 - 2.3.1. Подкаст
 - 2.3.2. **Видеокаст**
 - 2.3.3. Фотосъемка
 - 2.3.4. Платформа для презентаций
 - 2.3.5. Видео
- 2.4. Что такое мероприятие
 - 2.4.1. Что это такое
 - 2.4.2. Разница между креативностью рекламы и креативностью мероприятия
 - 2.4.3. Интерактивность рекламы и интерактивность мероприятия
- 2.5. Зачем проводится мероприятие
 - 2.5.1. Праздник и развлечения
 - 2.5.2. Маркетинг и продвижение
 - 2.5.3. Образование и подготовка
 - 2.5.4. Сети и связи
 - 2.5.5. Социальная ответственность и фандрайзинг
- 2.6. Как создается идея мероприятия
 - 2.6.1. Как генерировать творческие идеи
 - 2.6.2. Как разработать подробное предложение
 - 2.6.3. Выводы
- 2.7. Где и как организовать мероприятие
 - 2.7.1. Правильное мероприятие в правильном месте
 - 2.7.2. Правильный подход к бюджету
 - 2.7.3. Нет места для импровизации
 - 2.7.4. Правильный подход к еде
 - 2.7.5. Что может пойти не так на мероприятии. Примеры
 - 2.7.6. План Б
- 2.8. Как вызвать восторг на мероприятии
 - 2.8.1. Сюрприз на мероприятиях
 - 2.8.2. Эмпатия на мероприятиях
 - 2.8.3. Чувства
- 2.9. Креативность в организационном процессе
 - 2.9.1. Креативность в генерации идей
 - 2.9.2. Креативность в дизайне опыта
 - 2.9.3. Креативность в планировании и логистике
 - 2.9.4. Креативность в разработке и продвижении материалов
 - 2.9.5. Креативность в создании интерактивных и партисипативных опытов
 - 2.9.6. Сюрпризы и неожиданные элементы
 - 2.9.7. Креативность в сфере развлечений и контента
 - 2.9.8. Креативное решение проблем на ходу
 - 2.9.9. Креативность даже во время сбора
 - 2.9.10. Креативность до и после мероприятия
- 2.10. Виртуальные мероприятия
 - 2.10.1. Что такое виртуальное мероприятие
 - 2.10.2. Различия между виртуальным и очным мероприятием
 - 2.10.3. Креативность в виртуальных событиях

Модуль 3. Компетенции рекламного креативщика

- 3.1. Профессии
 - 3.1.1. Профессии, связанные с маркетингом
 - 3.1.2. Профессии, связанные с рекламой
 - 3.1.3. Примеры
- 3.2. Как распознать талант
 - 3.2.1. Навыки, связанные с рекламным креативом
 - 3.2.2. Деятельность, связанная с рекламным креативом
 - 3.2.3. Примеры
- 3.3. Как получить работу в креативной рекламе
 - 3.3.1. Как творчески подойти к поиску работы
 - 3.3.2. Как создать бренд, который гарантирует вам стабильную работу
 - 3.3.3. Справиться с периодом безработицы
 - 3.3.4. Как адаптироваться к изменениям в отрасли
- 3.4. Как вести себя на рабочем месте
 - 3.4.1. Когда вы добиваетесь успеха
 - 3.4.2. Когда вы терпите неудачу
 - 3.4.3. Как интегрироваться
- 3.5. Как действовать, когда ваш бренд теряет авторитет в отрасли
 - 3.5.1. Репозиционирование бренда
 - 3.5.2. Реактивация бренда
 - 3.5.3. Примеры
- 3.6. Траектории креативов, которые являются референсом
 - 3.6.1. Маркетинговые креативы
 - 3.6.2. Рекламные креативы
 - 3.6.3. Примеры
- 3.7. Траектории компаний, которые являются референсом
 - 3.7.1. Компании и маркетинговые отделы
 - 3.7.2. Рекламные компании
 - 3.7.3. Примеры



- 3.8. Как добиться успеха
 - 3.8.1. Что такое успех?
 - 3.8.2. Думайте хорошо, и вы не ошибетесь
 - 3.8.3. Примеры
- 3.9. Что такое жизнь креативщика
 - 3.9.1. На работе
 - 3.9.2. Вне работы
 - 3.9.3. Выводы
- 3.10. Как получить удовольствие от творческой профессии
 - 3.10.1. Страсть к креативности
 - 3.10.2. Управление стрессом и творческий блок
 - 3.10.3. Развитие творческого потенциала личности

“

В рамках этой программы вы освоите составление креативных брифов и убедительных предложений для клиентов. Не раздумывайте и присоединяйтесь к этому Курсу профессиональной подготовки”



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

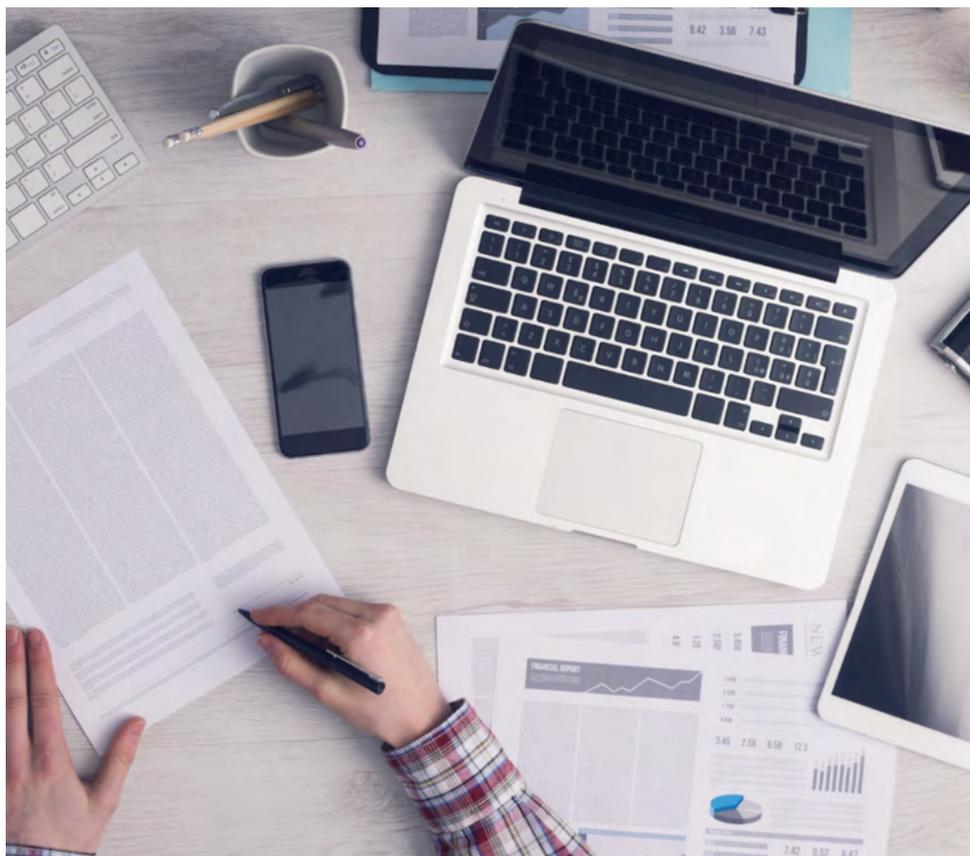
Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

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.

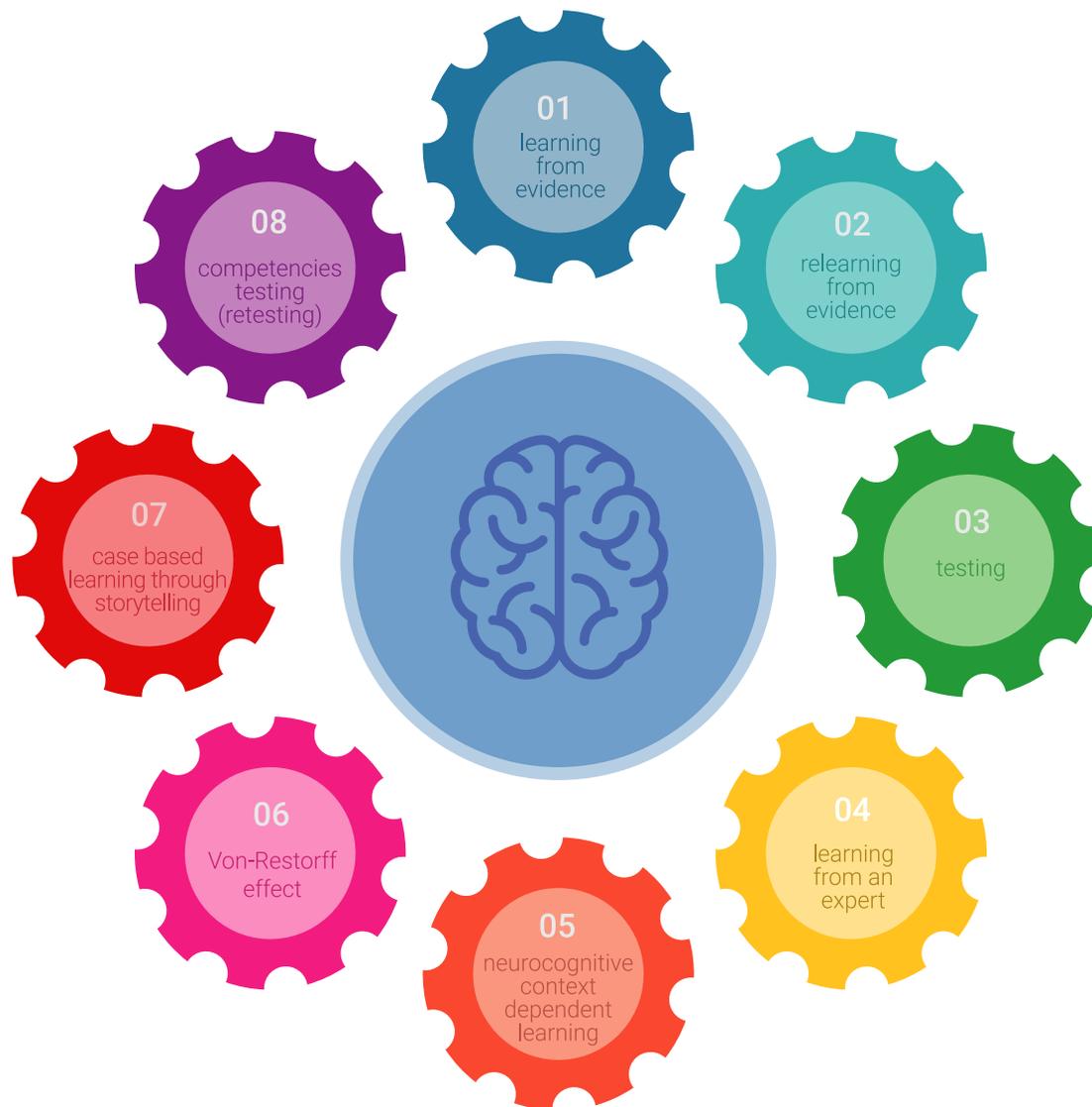
Методология *Relearning*

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.



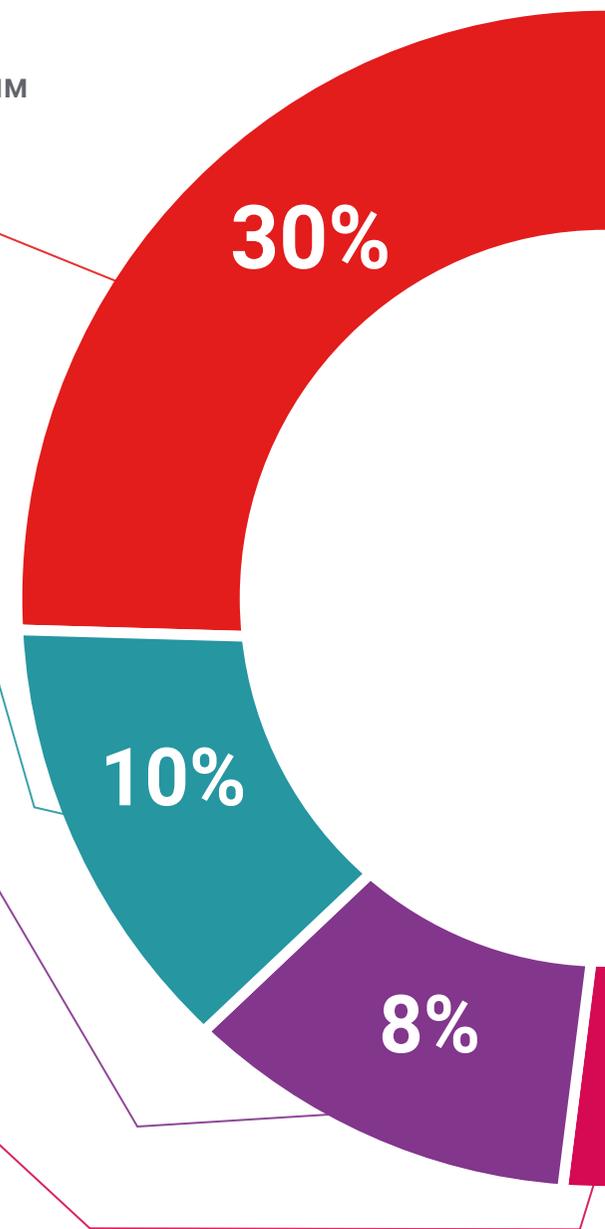
Практика навыков и компетенций

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 креативной разработки рекламных кампаний 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 бумажной волокитой”*

Данный **Курс профессиональной подготовки в области креативной разработки рекламных кампаний** 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 креативной разработки рекламных кампаний**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH Global University 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 будущее

Веб обучение Креативная разработка рекламных кампаний

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический университет

Курс профессиональной подготовки

Креативная разработка рекламных кампаний

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

Курс профессиональной подготовки

Креативная разработка
рекламных кампаний

