

# Бизнес-магистратура

## Рекламный креатив





## Бизнес-магистратура Рекламный креатив

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн
- » Программа предназначена для: выпускников университетов и дипломированных специалистов, ранее получивших любую из специальностей в области социальных, юридических, административных и деловых наук

Веб-доступ: [www.techtitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-advertising-creativity](http://www.techtitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-advertising-creativity)

# Оглавление

01	Добро пожаловать	02	Почему стоит учиться в TECH?	03	Почему именно наша программа?	04	Цели
	<hr/>		<hr/>		<hr/>		<hr/>
	стр. 4		стр. 6		стр. 10		стр. 14
		05	Компетенции	06	Структура и содержание	07	Методология
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 20		стр. 24		стр. 38
		08	Профиль наших учащихся	09	Руководство курса	10	Влияние на карьеру
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 46		стр. 50		стр. 54
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					<hr/>		<hr/>
					стр. 58		стр. 62

# 01

# Добро пожаловать

В условиях жестких требований к ведению бизнеса реклама незаменима для того, чтобы привлечь внимание и завоевать лояльность целевой аудитории. Таким образом, ее внедрение имеет решающее значение для создания потенциальных преимуществ перед конкурентами и увеличения объема продаж бизнеса. Следовательно, профессионалы должны обладать обширными креативными навыками, чтобы продвигать передовые рекламные стратегии, которые приводят компании к успеху в своей отрасли. ТЕСН разработал данную программу, благодаря которой студент освоит наиболее эффективные техники разработки рекламы и имиджа бренда. Вы сможете осуществить это, благодаря инновационному обучению на 100% онлайн, которое позволит вам учиться, не забывая о своих личных и рабочих обязанностях.



Бизнес-магистратура в области рекламного креатива  
ТЕСН Технологический университет



“

*Совершенствуйте свои навыки в области рекламного креатива и разрабатывайте коммуникационные стратегии, способствующие повышению конкурентных преимуществ вашей компании”*

02

# Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

*TECH – это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе”*

## В TECH Технологический университет



### Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя.

"История успеха Microsoft Europe" за включение в программы инновационной интерактивной мультимедийной системы.



### Высокие требования

Чтобы поступить в TECH, не потребуются большие затраты. Чтобы учиться у нас, вам не нужно делать большие инвестиции. Однако для того, чтобы получить диплом в TECH, необходимо проверить уровень знаний и возможностей студента. Наши академические стандарты очень высоки...

**95%**

студентов TECH успешно завершают обучение



### Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

**100 000+**

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

**200+**

разных национальностей



### Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

**+500+**

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями



### Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

TECH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



### Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в многокультурном контексте. В данной программе мы применяем глобальный подход, благодаря которому вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.



## Учитесь у лучших

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели представляют 20 различных национальностей.



*В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"*

TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



## Анализ

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



## Академическое превосходство

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последипломного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



## Экономия за счет масштаба

TECH — крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последипломных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.

03

# Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

*У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”*

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и вопросах личного развития, включая следующие:

01

### Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

*70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.*

02

### Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

*Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.*

03

### Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

*Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами из области высшего менеджмента.*

04

### Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

*45% наших студентов получают повышение внутри компании.*

05

### Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

*Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.*

06

### Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

*20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.*

07

### Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

*Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.*

08

### Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологический университет.

*Мы даем вам возможность специализироваться с командой признанных преподавателей на международной сцене.*

# 04

## Цели

Данная программа была разработана с целью дать студентам полное представление о сфере рекламного креатива. В течение 12 месяцев интенсивного обучения вы будете углубляться в создание рекламных объявлений для различных медиа или в методы извлечения максимальной эффективности из рекламы в различных цифровых средах. Все это с теоретико-практической точки зрения, которая гарантирует применимость полученных знаний в профессиональной среде.



“

*Применяйте самые современные стратегии для анализа целевой аудитории и разработки рекламных стратегий с учетом ее конкретных потребностей”*

TECH делает цели своих студентов своими собственными

Мы работаем вместе для достижения этих целей

Бизнес-магистратура в области рекламного креатива научит вас:

01

Глубоко понять, что такое креативность, как она развивается с появлением новых технологий и как влияет на различные профессиональные области

02

Изучить лучшие условия для стимулирования креативности

03

Содействовать генерации инновационных идей

04

Детализировать, как работает программа креативного рекламного мышления

05

Объяснять, как работает креативное мышление в рекламных объявлениях и каково его стратегическое значение



06

Давать подробный анализ целевых аудиторий и использование *инсайтов* в рекламе

08

Рассматривать ключевые понятия в построении бренда

09

Изучить логические шаги в создании бренда

07

Понять, как строится рекламное сообщение

10

Находить различия между *утверждением* и слоганом



11

Объяснять, что такое брендированный контент и в чем его сходство с традиционной рекламой

12

Изучать, как цифровые технологии революционизировали создание контента и стратегии продвижения в онлайн-среде



13

Получить полное представление о том, как креативность адаптируется к каждой из социальных сетей

14

Научиться планировать политические кампании

05

# Компетенции

По окончании данной программы студенты получат ряд навыков, которые позволят им добиться успеха в области рекламы всего за 1500 часов обучения. Вы приобретете способность разрабатывать, планировать и управлять реализацией эффективных, передовых рекламных стратегий, адаптируясь к различным быстро меняющимся условиям ведения бизнеса.



“

*Приобретите профессиональные навыки, которые позволят вам разрабатывать, планировать и управлять рекламными стратегиями в изменчивой бизнес-среде”*

01

Применять риторическое мышление  
в деловом общении

02

Планировать креативные рекламные  
стратегии в цифровом мире

03

Создавать эффективные рекламные объявления

04

Представлять креативные медиастратегии

05

Применять креативный подход в мультимедийных средах



06

Уметь применять креативный подход к организации мероприятий

08

Подробно анализировать стратегию кампании, идентичность политического бренда, штат сотрудников и модель проекта

09

Разрабатывать стратегии привлечения избирателей в политических кампаниях

07

Разрабатывать план *социальных медиа*

10

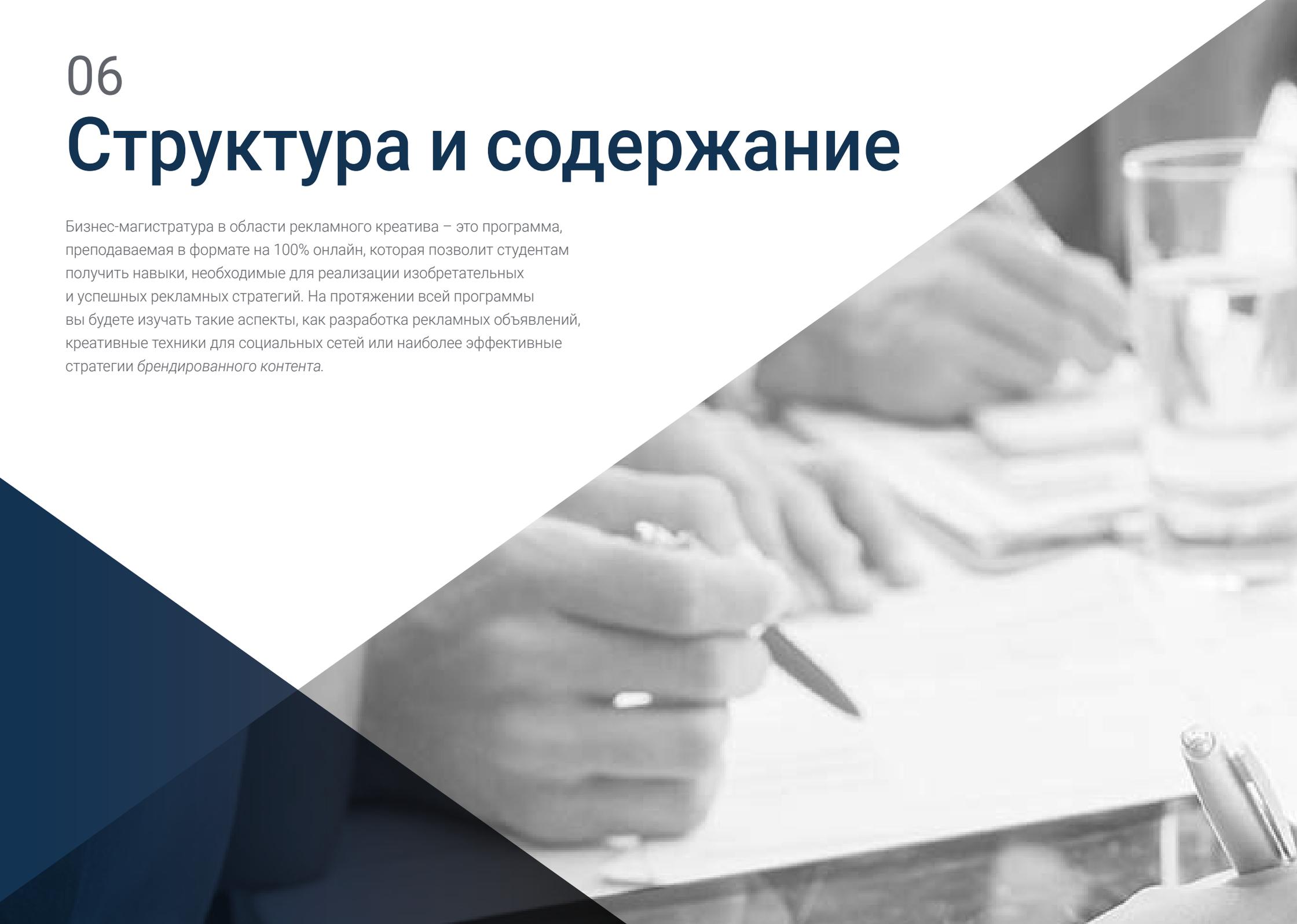
Реализовывать стратегии по восстановлению доверия к бренду



06

# Структура и содержание

Бизнес-магистратура в области рекламного креатива – это программа, преподаваемая в формате на 100% онлайн, которая позволит студентам получить навыки, необходимые для реализации изобретательных и успешных рекламных стратегий. На протяжении всей программы вы будете изучать такие аспекты, как разработка рекламных объявлений, креативные техники для социальных сетей или наиболее эффективные стратегии *брендированного контента*.



“

*Обучайтесь, не выходя  
из дома, благодаря методике  
на 100% онлайн, которую  
предлагает данная программа”*

## Учебный план

Данная программа TESH Технологического университета состоит из 10 углубленных модулей, благодаря которым студенты значительно расширят свои знания и навыки в области рекламы.

В ходе изучения каждого из модулей вы приобретете ряд навыков, которые позволят вам реализовать креативные рекламные стратегии, успешно воздействующие на целевую аудиторию. Это даст вам возможность углубиться в технику генерирования инновационных идей и рекламы или в передовые методы создания и позиционирования бренда.

Кроме того, все материалы, доступные студентам на протяжении всего курса обучения, будут представлены в самых разных форматах, включая интерактивные конспекты, видео и дополнительную литературу. Студент сможет адаптировать обучение к своим собственным академическим потребностям и предпочтениям.

Таким образом, это уникальная возможность расширить профессиональные навыки в режиме на 100% онлайн, не совершая неудобных ежедневных поездок на очные занятия и наслаждаясь динамичными и интересными дидактическими материалами.

Эта Бизнес-магистратура рассчитана на 12 месяцев и состоит из 10 модулей:

### Модуль 1

Рекламный креатив

### Модуль 2

Генерирование рекламных идей

### Модуль 3

Как создавать рекламные объявления

### Модуль 4

Как создать бренд

### Модуль 5

*Брендинговый контент*

### Модуль 6

Цифровая креативность

### Модуль 7

Креативность в социальных сетях

### Модуль 8

Персональный бренд и политические кампании

### Модуль 9

Прикладной рекламный креатив

### Модуль 10

Компетенции рекламного креативщика



### Где, когда и как учиться?

ТЕСН предлагает возможность пройти данную Специализированную магистратуру в области рекламного креатива полностью онлайн. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять учебным временем.

*Уникальный, ключевой  
и решающий опыт  
обучения для  
повышения вашего  
профессионального роста"*

## 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. Художественная креативность 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. Генерирование рекламных идей****2.1. Что необходимо для реализации идеи**

- 2.1.1. Изложи проблему
- 2.1.2. Остановись и подумай - первый шаг к дифференциации
- 2.1.3. Думай, размышляй, снова думай... И так в течение нескольких дней
- 2.1.4. Призыв прийти
- 2.1.5. Креативная среда стимулирует креативность
- 2.1.6. Как заразительна твоя креативность
- 2.1.7. Выходи из офиса, живи, наслаждайся
- 2.1.8. Креативный брифинг
- 2.1.9. Креативный спрос
- 2.1.10. Откажитесь от привычного
- 2.1.11. Ключевое слово: партнерство

**2.2. Креативное мышление**

- 2.2.1. Люди, которые строили теории о креативном мышлении
- 2.2.2. Ключевые аспекты стимулирования креативного мышления, по мнению Боно
- 2.2.3. Выводы

**2.3. Креативный процесс**

- 2.3.1. Креативная концепция
- 2.3.2. Креативная стратегия в соответствии с жизненным циклом продукта
- 2.3.3. Стратегии запуска

**2.4. Программное обеспечение рекламного креатива**

- 2.4.1. Приемы креативного рекламного мышления
- 2.4.2. Стадии
- 2.4.3. Возможные варианты использования
- 2.4.4. Нормы безопасности
- 2.4.5. Процесс мышления

**2.5. Креативная группа**

- 2.5.1. Копирайтер или рекламный редактор
- 2.5.2. Дизайнер и арт-директор
- 2.5.3. Креативный директор
- 2.5.4. Креатив
- 2.5.6. Шесть шляп мышления

**2.6. Риторическое мышление**

- 2.6.1. Наиболее часто используемые риторические фигуры
- 2.6.2. Важность риторических фигур в маркетинговой коммуникации
- 2.6.3. Примеры риторической рекламы

**2.7. Проектирование с креативным подходом**

- 2.7.1. Манипуляции с изображением
- 2.7.2. Производство
- 2.7.3. Визуальная риторика
- 2.7.4. Типография в рекламе

**2.8. Рекомендации по созданию**

- 2.8.1. Значимые копии
- 2.8.2. Цитаты великих создателей рекламы
- 2.8.3. Рекомендации известных дизайнеров

**2.9. Виды креативности**

- 2.9.1. Художественная
- 2.9.2. Научная
- 2.9.3. Технологическая
- 2.9.4. Корпоративная
- 2.9.6. Рекламная
- 2.9.7. Дизайнерская

**2.10. Креативные профили**

- 2.10.1. Визионеры
- 2.10.2. Экспериментаторы
- 2.10.3. Наблюдатели
- 2.10.4. Посредники
- 2.10.5. Аналитики
- 2.10.6. Коллабораторы
- 2.10.7. Рассказчики

## Модуль 3. Как создавать рекламные объявления

### 3.1. Как мыслит креативный рекламщик

- 3.1.1. Как он мыслит естественно
- 3.1.2. Как он мыслит профессионально
- 3.1.3. Выводы

### 3.2. Стратегическая важность таргетинга

- 3.2.1. Основная мотивация
- 3.2.2. Преимущества знания таргетинга
- 3.2.3. Как анализировать данные о целевой аудитории
- 3.2.4. *Инсайт* в рекламе

### 3.3. Как построено сообщение

- 3.3.1. Ось коммуникации
- 3.3.2. Концепция коммуникации
- 3.3.3. Схема передачи

### 3.4. Где творить в процессе коммуникации

- 3.4.1. Название
- 3.4.2. Заголовок
- 3.4.3. Видеоролик
- 3.4.4. Радиоролик
- 3.4.5. Наружная реклама
- 3.4.6. Прочее

### 3.5. Арт-менеджмент

- 3.5.1. Сколько элементов
- 3.5.2. Иерархия размеров
- 3.5.3. Копировать?
- 3.5.4. Экономить расходы
- 3.5.5. Стилль торговой марки
- 3.5.6. Очевидное
- 3.5.7. Если это не приносит пользы т.д.

### 3.6. Творческие приемы

- 3.6.1. Ключи к рекламе
- 3.6.2. Рекламные жанры и стили
- 3.6.3. Выводы

### 3.7. Как создать рекламу

- 3.7.1. Как получить бесплатную рекламу
- 3.7.2. Как привлечь внимание к бренду в новостях
- 3.7.3. Выводы

### 3.8. Цифровая креативность

- 3.8.1. Цифровая креативность
- 3.8.2. Цифровая реклама
- 3.8.3. Выводы

### 3.9. Как создавать креативные объявления

- 3.9.1. Яркая визуальная концепция
- 3.9.2. Эмоциональный текст
- 3.9.3. Удивляй
- 3.9.4. Виды креативности
- 3.9.5. Тестируй и оптимизируй

### 3.10. Будущее творческих исследований

- 3.10.1. Искусственный интеллект
- 3.10.2. Виртуальная реальность и дополненная реальность
- 3.10.3. Сотрудничество в режиме онлайн
- 3.10.4. Исследование на основе данных

**Модуль 4. Как создать бренд****4.1. Психологические модели рекламы**

- 4.1.1. Модель Генри Джоаниса
- 4.1.2. Модель Фишбейна
- 4.1.3. Модель Россера Ривза
- 4.1.4. Модель Дэвида Огилви

**4.2. Креативные течения в рекламе**

- 4.2.1. УТП
- 4.2.2. Имидж брендов
- 4.2.3. Постоянные ценности
- 4.2.4. Показать рекламу
- 4.2.5. Нарушение кодексов
- 4.2.6. Привлекательность контента

**4.3. Для чего нужен бренд**

- 4.3.1. Применимость
- 4.3.2. Как создается потребность
- 4.3.3. Различия между логотипом и брендом
- 4.3.4. Происхождение брендов
- 4.3.5. Бренд Wheel
- 4.3.6. Позиционирование бренда
- 4.3.7. Когда рождается бренд
- 4.3.8. Бренд, отличие
- 4.3.9. Креативность - это роскошь

**4.4. Логическая лестница в создании бренда**

- 4.4.1. Название
- 4.4.2. Атрибуты
- 4.4.3. Преимущества
- 4.4.4. Группа
- 4.4.5. Пресс-секретарь
- 4.4.6. Роль

**4.5. Утверждение и слоган**

- 4.5.1. Различия между утверждением и слоганом
- 4.5.2. Утверждение и слоган как средство продаж
- 4.5.3. Утверждения или слоганы для создания контента

**4.6. Креативная стратегия**

- 4.6.1. Рекламная стратегия с креативным подходом
- 4.6.2. Как креативно подойти к разработке стратегии
- 4.6.3. Креативные стратегии, используемые в области рекламы и маркетинга
- 4.6.4. Различия между маркетинговой стратегией и рекламной стратегией

**4.7. Креативные контент-стратегии**

- 4.7.1. Пользовательский контент
- 4.7.2. Маркетинг влияния
- 4.7.3. Интерактивный опыт
- 4.7.4. Эффектный визуальный контент
- 4.7.5. Эмоциональное повествование
- 4.7.6. Использование новых платформ и форматов

**4.8. Креативность в медиапланировании**

- 4.8.1. Медиапланирование
- 4.8.2. Креативное медиапланирование
- 4.8.3. Примеры удивительного медиапланирования

**4.9. Типы рекламного контента**

- 4.9.1. Спонсорский контент
- 4.9.2. Привязка брендов к макроконтенту
- 4.9.3. Создание веб-сайтов на основе аудиовизуального контента
- 4.9.4. Создавать для социальных сетей
- 4.9.5. Создавать для мобильных устройств
- 4.9.6. Создавать для видеоигр
- 4.9.7. Создавать интерактивный контент
- 4.9.8. Создавать контент непосредственно для брендов

**4.10. Текущий контекст брендов**

- 4.10.1. Реклама в цифровой среде
- 4.10.2. Клиентский опыт
- 4.10.3. Выводы

## Модуль 5. Брендированный контент

### 5.1. Что такое брендированный контент

- 5.1.1. Чем реклама похожа на брендированный контент
- 5.1.2. Что необходимо для его создания
- 5.1.3. Типологии
- 5.1.4. Какой контент будет иметь успех
- 5.1.5. Характеристики вирусных видеороликов
- 5.1.6. Применимость

### 5.2. Что такое контент-маркетинг?

- 5.2.1. Релевантный и полезный контент
- 5.2.2. Интерактивные контенты
- 5.2.3. сторителлинг
- 5.2.4. Мультиплатформенный, кросс-медийный и трансмедийный контент
- 5.2.5. Добавленная стоимость
- 5.2.6. Креативность в социальных сетях
- 5.2.7. Как добиться успеха в социальных сетях
- 5.2.8. Как сделать наш контент доступным

### 5.3. Мультимедийная креативность

- 5.3.1. Подкаст
- 5.3.2. Видеокаст
- 5.3.3. Фотосъемка
- 5.3.4. Платформа для презентаций
- 5.3.5. Видео

### 5.4. Что такое мероприятие

- 5.4.1. Что это такое
- 5.4.2. Разница между креативностью рекламы и креативностью мероприятия
- 5.4.3. Интерактивность рекламы и интерактивность мероприятия

### 5.5. Зачем проводится мероприятие

- 5.5.1. Праздник и развлечения
- 5.5.2. Маркетинг и продвижение
- 5.5.3. Образование и подготовка
- 5.5.4. Сети и связи
- 5.5.5. Социальная ответственность и фандрайзинг

### 5.6. Как создается идея мероприятия

- 5.6.1. Как генерировать креативные идеи
- 5.6.2. Как разработать подробное предложение
- 5.6.3. Выводы

### 5.7. Где и как организовать мероприятие

- 5.7.1. Правильное мероприятие в правильном месте
- 5.7.2. Правильный подход к бюджету
- 5.7.3. Нет места для импровизации
- 5.7.4. Правильный подход к еде
- 5.7.5. Что может пойти не так на мероприятии. Примеры
- 5.7.6. План Б

### 5.8. Как вызвать восторг на мероприятии

- 5.8.1. Сюрприз на мероприятиях
- 5.8.2. Эмпатия на мероприятиях
- 5.8.3. Чувства

### 5.9. Креативность в организационном процессе

- 5.9.1. Креативность в генерации идей
- 5.9.2. Креативность в дизайне опыта
- 5.9.3. Креативность в планировании и логистике
- 5.9.4. Креативность в разработке и продвижении материалов
- 5.9.5. Креативность в создании интерактивных и партисипативных опытов
- 5.9.6. Сюрпризы и неожиданные элементы
- 5.9.7. Креативность в сфере развлечений и контента
- 5.9.8. Креативное решение проблем на ходу
- 5.9.9. Креативность даже во время сбора
- 5.9.10. Креативность до и после мероприятия

### 5.10. Виртуальные мероприятия

- 5.10.1. Что такое виртуальное мероприятие
- 5.10.2. Различия между виртуальным и очным мероприятием
- 5.10.3. Креативность в виртуальных событиях

**Модуль 6. Цифровая креативность****6.1. Что такое цифровая креативность?**

- 6.1.1. Цифровые технологии для создания
- 6.1.2. Цифровые техники для повышения креативности
- 6.1.3. Выводы

**6.2. Различия между цифровой рекламой и цифровым маркетингом**

- 6.2.1. Описание цифрового маркетинга
- 6.2.2. Описание цифровой рекламы
- 6.2.3. Выводы

**6.3. Креативность в цифровой рекламе**

- 6.3.1. Баннеры
- 6.3.2. Поисковые объявления (Ads)
- 6.3.3. Видеореклама
- 6.3.4. Нативная реклама
- 6.3.5. Объявления в социальных сетях
- 6.3.6. *Отображаемая* реклама
- 6.3.7. Реклама с дополненной реальностью
- 6.3.8. Реклама по электронной почте

**6.4. Креативность в цифровом маркетинге**

- 6.4.1. Создание контента
- 6.4.2. Актуальность и ценность
- 6.4.3. Разнообразие форматов
- 6.4.4. Позиционирование в качестве эксперта
- 6.4.5. Частота и последовательность
- 6.4.6. Измерение результатов

**6.5. SEO (Оптимизация поисковых систем)**

- 6.5.1. Оптимизация поисковых систем
- 6.5.2. Показатели SEO
- 6.5.3. Выводы

**6.6. Email-маркетинг**

- 6.6.1. Продвижение продуктов и услуг
- 6.6.2. Новости и соответствующая информация
- 6.6.3. Последующие действия и лояльность
- 6.6.4. Автоматизация

**6.7. Маркетинг в социальных сетях**

- 6.7.1. Увеличение охвата и видимости
- 6.7.2. Создание сообщества
- 6.7.3. Создание вдохновляющего контента
- 6.7.4. Генерация лидов и конверсия
- 6.7.5. Сотрудничество с инфлюенсерами
- 6.7.6. Обратная связь и совершенствование
- 6.7.7. Брендинг и авторитет

**6.8. Партнерский маркетинг**

- 6.8.1. Стратегии выбора
- 6.8.2. Средства поиска
- 6.8.3. Как применять креативность
- 6.8.4. Примеры

**6.9. Маркетинг влияния**

- 6.9.1. Стратегии выбора
- 6.9.2. Средства поиска
- 6.9.3. Как применять креативность
- 6.9.4. Примеры

**6.10. План социальных медиа**

- 6.10.1. Структура и базовое содержание
- 6.10.2. Креативные примеры
- 6.10.3. Выводы

## Модуль 7. Креативность в социальных сетях

### 7.1. Креативность в TikTok

- 7.1.1. Технические аспекты использования
- 7.1.2. Как быть креативным в TikTok
- 7.1.3. Примеры

### 7.2. Креативность в X

- 7.2.1. Технические аспекты использования
- 7.2.2. Как быть креативным в X
- 7.2.3. Примеры

### 7.3. Креативность в Facebook

- 7.3.1. Технические аспекты использования
- 7.3.2. Как быть креативным в Facebook
- 7.3.3. Примеры

### 7.4. Креативность в Instagram

- 7.4.1. Технические аспекты использования
- 7.4.2. Как быть креативным в Instagram
- 7.4.3. Примеры

### 7.5. Креативность в LinkedIn

- 7.5.1. Технические аспекты использования
- 7.5.2. Как быть креативным в LinkedIn
- 7.5.3. Примеры

### 7.6. Креативность в YouTube

- 7.6.1. Технические аспекты использования
- 7.6.2. Как быть креативным в YouTube
- 7.6.3. Примеры

### 7.7. Креативность в Whatsapp

- 7.7.1. Технические аспекты использования
- 7.7.2. Как быть креативным в WhatsApp
- 7.7.3. Примеры

### 7.8. Креативность для блогов

- 7.8.1. Технические аспекты использования
- 7.8.2. Как быть креативным в блоге
- 7.8.3. Примеры

### 7.9. Креатив для рассылок

- 7.9.1. Технические аспекты использования
- 7.9.2. Как проявить креативность в рассылке
- 7.9.3. Примеры

### 7.10. Креативность в Википедии

- 7.10.1. Технические аспекты использования
- 7.10.2. Как быть креативным в Википедии
- 7.10.3. Примеры

## Модуль 8. Персональный бренд и политические кампании

### 8.1. Личный бренд

- 8.1.1. Колесо личного бренда
- 8.1.2. Креативный личный бренд
- 8.1.3. Примеры

### 8.2. Развитие личного бренда

- 8.2.1. Позиционирование
- 8.2.2. Сторителлинг
- 8.2.3. Социальные сети
- 8.2.4. Реклама и самопродвижение

### 8.3. Стратегии создания креативных сетей

- 8.3.1. Мероприятия и конференции
- 8.3.2. Онлайн группы и сообщества
- 8.3.3. Партнерские отношения

### 8.4. Руководство по проведению политической кампании

- 8.4.1. Анализ кандидатов
- 8.4.2. Контекстный анализ
- 8.4.3. Цели

### 8.5. Обучение кандидатов

- 8.5.1. Эмоциональный интеллект
- 8.5.2. Социальный интеллект
- 8.5.3. Отношение, способность, видение, ошибки

### 8.6. Стратегия

- 8.6.1. Основы проведения кампаний
- 8.6.2. Выполнение задач
- 8.6.3. Временная шкала
- 8.6.4. Сопровождающий

### 8.7. Идентичность бренда

- 8.7.1. Утверждение
- 8.7.2. Графическое изображение
- 8.7.3. Цифровое окно
- 8.7.4. Реклама

### 8.8. Сотрудники

- 8.8.1. Видение
- 8.8.2. Роли
- 8.8.3. Примеры

### 8.9. Модель проекта

- 8.9.1. Тематические основы
- 8.9.2. Основная мотивация
- 8.9.3. Примеры

### 8.10. Мобилизация

- 8.10.1. Действия
- 8.10.2. Поток
- 8.10.3. Выводы

**Модуль 9. Прикладной рекламный креатив****9.1. Метавселенная**

- 9.1.1. Что это такое
- 9.1.2. Какие креативные возможности она открывает
- 9.1.3. Примеры

**9.2. Компании метавселенной**

- 9.2.1. Клиенты метавселенной
- 9.2.2. NFTs
- 9.2.3. Секторы бизнеса
- 9.2.4. Работа в метавселенной
- 9.2.5. Блокчейн и метавселенная

**9.3. Прыжок в метавселенную**

- 9.3.1. Цифровая гуманизация
- 9.3.2. Аватаризация
- 9.3.3. Будущее

**9.4. Искусственный интеллект и создание контента для метавселенной**

- 9.4.1. ИИ
- 9.4.2. Содержание.
- 9.4.3. Тексты
- 9.4.4. Аудиозаписи
- 9.4.5. Изображения
- 9.4.6. Мир работы

**9.5. Представим себе эпоху метавселенной и искусственного интеллекта**

- 9.5.1. Какие креативные возможности она открывает
- 9.5.2. Примеры
- 9.5.3. Выводы

**9.6. Монополия брендов**

- 9.6.1. Единая метавселенная
- 9.6.2. Цепочки поставок брендов
- 9.6.3. Потребитель-акционер

**9.7. Как креативщики будут работать в эту новую эпоху?**

- 9.7.1. Навыки
- 9.7.2. Отношение
- 9.7.3. Выводы

**9.8. Креативные возможности метавселенной**

- 9.8.1. Иммерсивный опыт
- 9.8.2. Аватары бренда
- 9.8.3. Виртуальные мероприятия
- 9.8.4. Персонализация
- 9.8.5. Креативные союзы
- 9.8.6. Дополненная реальность
- 9.8.7. Нативная реклама
- 9.8.8. Постоянная инновация

**9.9. Креативные возможности ИИ**

- 9.9.1. Создание индивидуального контента
- 9.9.2. Оптимизация маркетинговых кампаний
- 9.9.3. Дизайн и создание изображений и видеороликов
- 9.9.4. Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR)
- 9.9.5. Генеративная музыка и искусство
- 9.9.6. Автоматизация творческих процессов
- 9.9.7. Ценные ссылки

**9.10. Нейронаука**

- 9.10.1. Когнитивная нейронаука
- 9.10.2. Нейромаркетинг
- 9.10.3. Эмоциональная нейронаука

## Модуль 10. Компетенции рекламного креативщика

### 10.1. Профессии

- 10.1.1. Профессии, связанные с маркетингом
- 10.1.2. Профессии, связанные с рекламой
- 10.1.3. Примеры

### 10.2. Как распознать талант

- 10.2.1. Навыки, связанные с рекламным креативом
- 10.2.2. Деятельность, связанная с рекламным креативом
- 10.2.3. Примеры

### 10.3. Как получить работу в креативной рекламе

- 10.3.1. Как креативно подойти к поиску работы
- 10.3.2. Как создать бренд, который гарантирует вам стабильную работу
- 10.3.3. Справиться с периодом безработицы
- 10.3.4. Как адаптироваться к изменениям в отрасли

### 10.4. Как вести себя на рабочем месте

- 10.4.1. Когда вы добиваетесь успеха
- 10.4.2. Когда вы терпите неудачу
- 10.4.3. Как интегрироваться

### 10.5. Как действовать, когда ваш бренд теряет авторитет в отрасли

- 10.5.1. Репозиционирование бренда
- 10.5.2. Реактивация бренда
- 10.5.3. Примеры

### 10.6. Пути развития референсов креатива

- 10.6.1. Маркетинговые креативы
- 10.6.2. Рекламные креативы
- 10.6.3. Примеры

### 10.7. Траектории компаний, которые являются эталоном

- 10.7.1. Компании и маркетинговые отделы
- 10.7.2. Рекламные компании
- 10.7.3. Примеры

### 10.8. Как добиться успеха

- 10.8.1. Что такое успех?
- 10.8.2. Думай хорошо и ты не ошибешься
- 10.8.3. Примеры

### 10.9. Что такое жизнь креативщика

- 10.9.1. На работе
- 10.9.2. Вне работы
- 10.9.3. Выводы

### 10.10. Как получить удовольствие от креативной профессии

- 10.10.1. Страсть к креативу
- 10.10.2. Управление стрессом и творческий блок
- 10.10.3. Развитие креативного потенциала личности



“

*Узнайте, как извлечь максимум пользы из социальных сетей и создать рекламные стратегии, адаптированные к новой цифровой среде”*

07

# 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”

## Бизнес-школа TECH использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

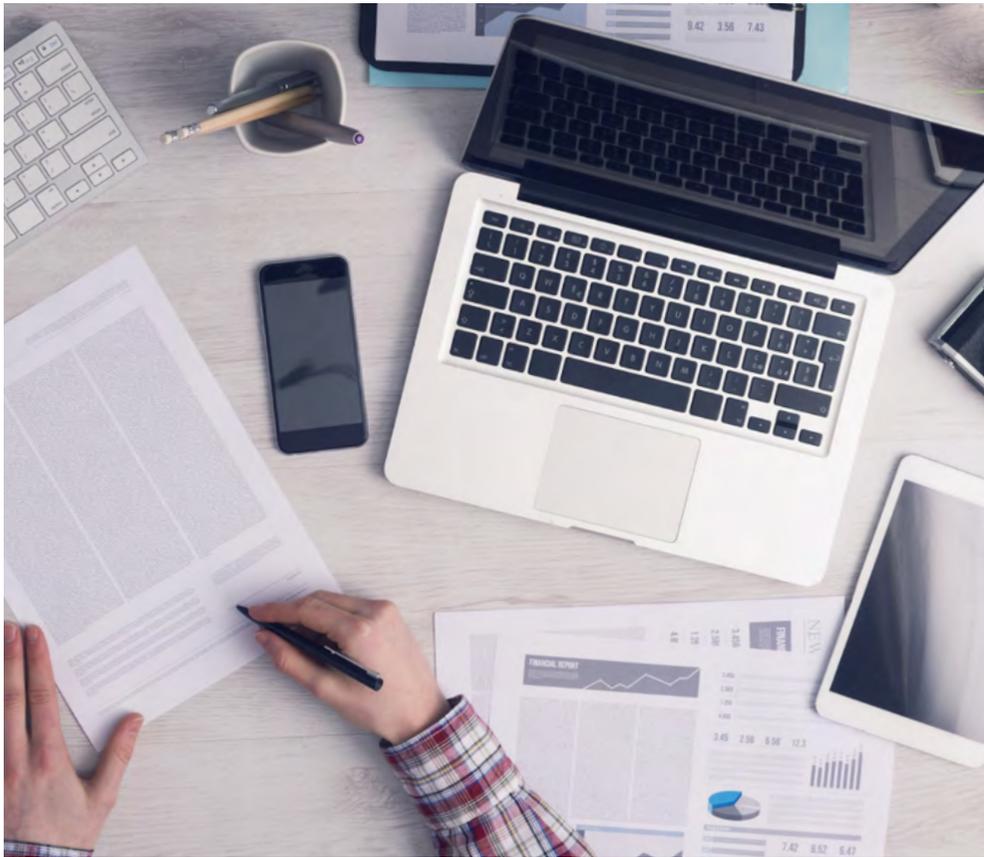
Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

*С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”*



*Эта программа подготовит вас к решению бизнес-задач в условиях неопределенности и достижению успеха в бизнесе.*



*Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.*

## Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. 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 деловым реалиям.

“

*В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде”*

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 различные дидактические элементы в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

*Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.*

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наша Бизнес-школа - 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.



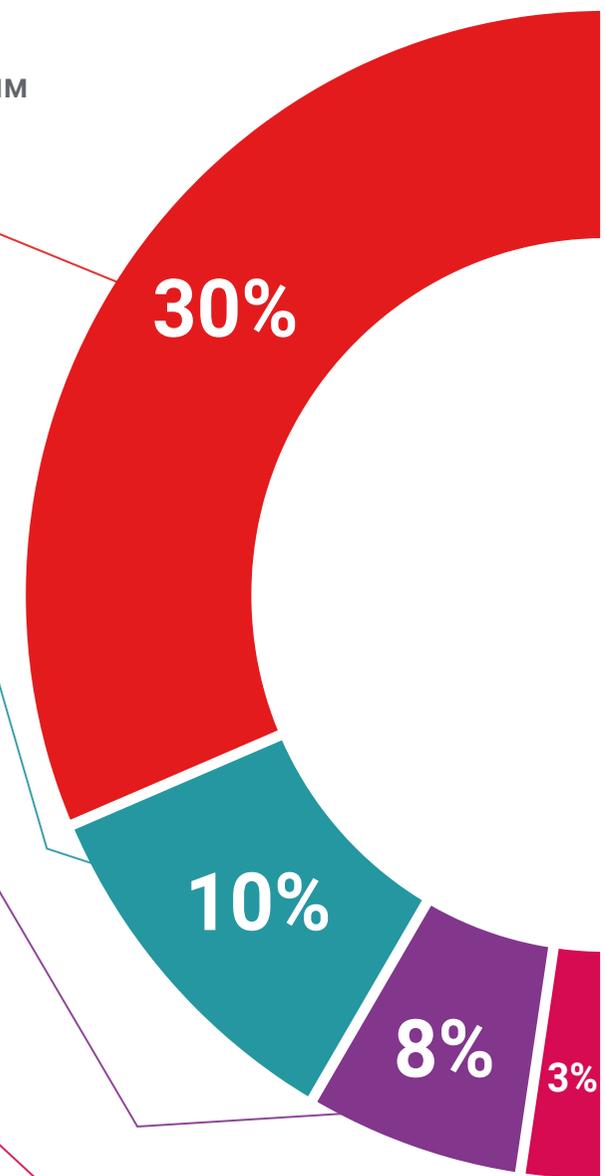
#### Практика управленческих навыков

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях 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 в области высшего менеджмента 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.



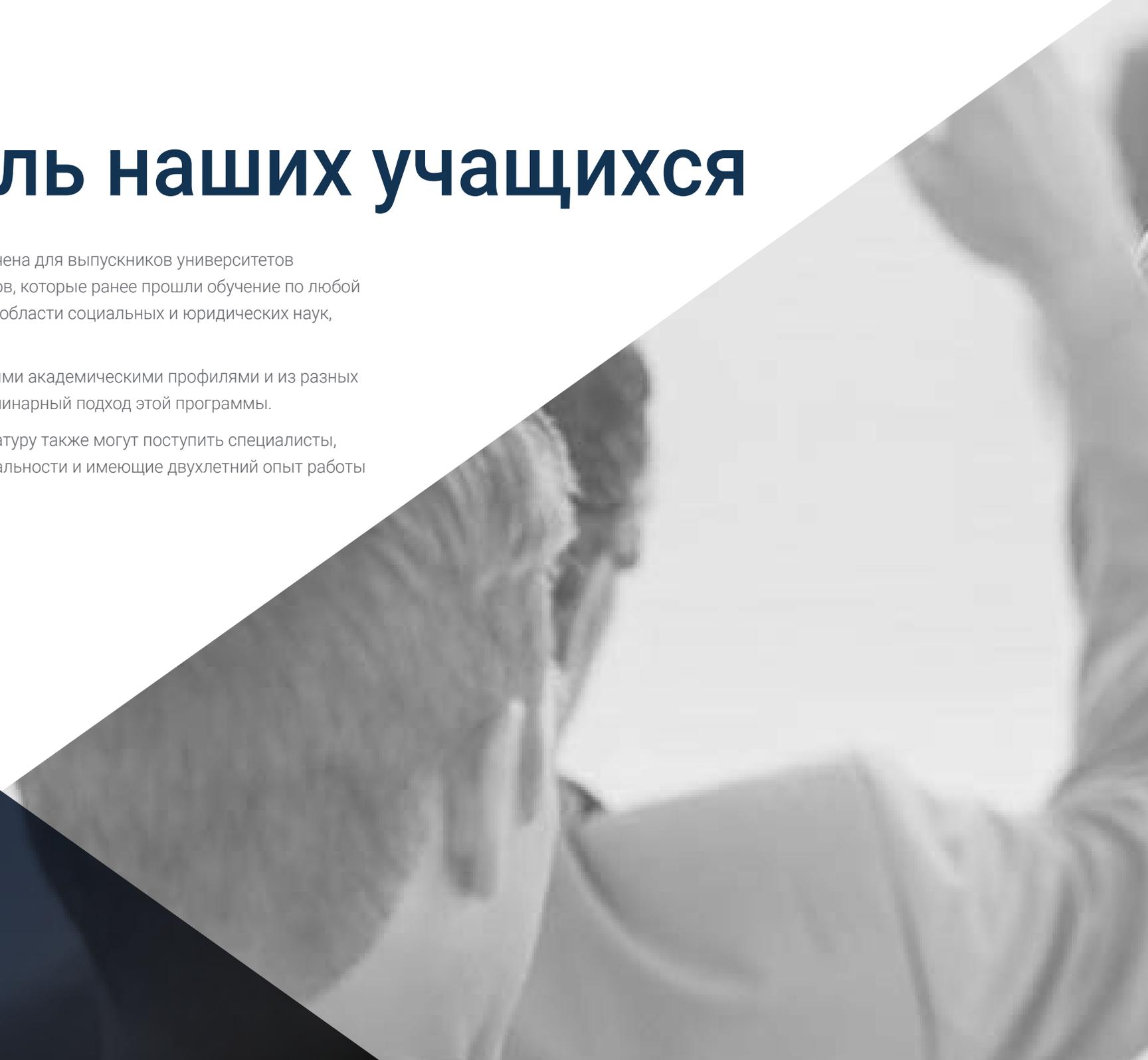
08

# Профиль наших учащихся

Бизнес-магистратура предназначена для выпускников университетов и дипломированных специалистов, которые ранее прошли обучение по любой из следующих специальностей в области социальных и юридических наук, управления и экономики.

Многообразие студентов с разными академическими профилями и из разных стран составляет мультидисциплинарный подход этой программы.

В Специализированную магистратуру также могут поступить специалисты, окончившие вуз по любой специальности и имеющие двухлетний опыт работы в области рекламы.



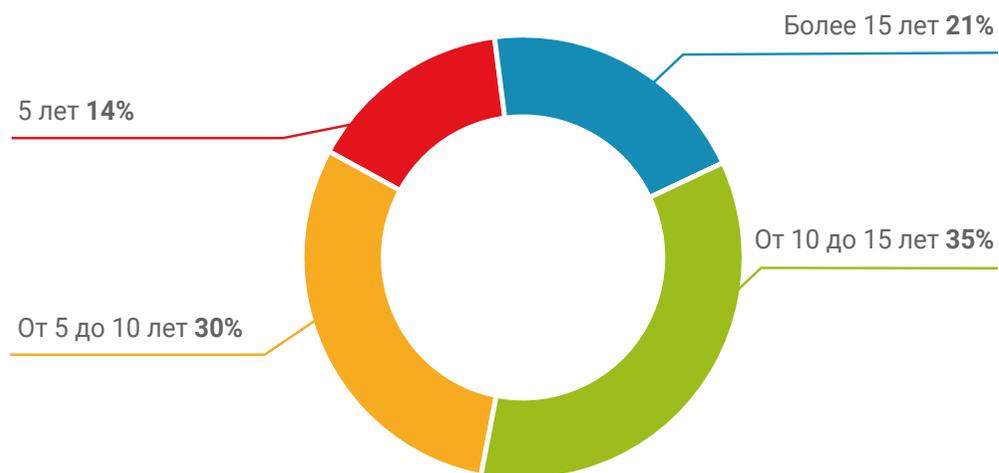
“

*Повысьте свою квалификацию в области рекламного креатива, не пренебрегая профессиональными обязанностями”*

### Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

### Годы практики



### Образование

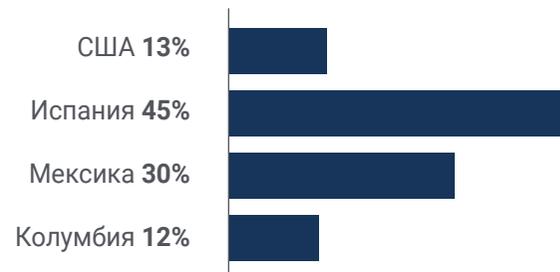


### Академический профиль



## Географическое распределение

---



## Марио Гарсия Руис

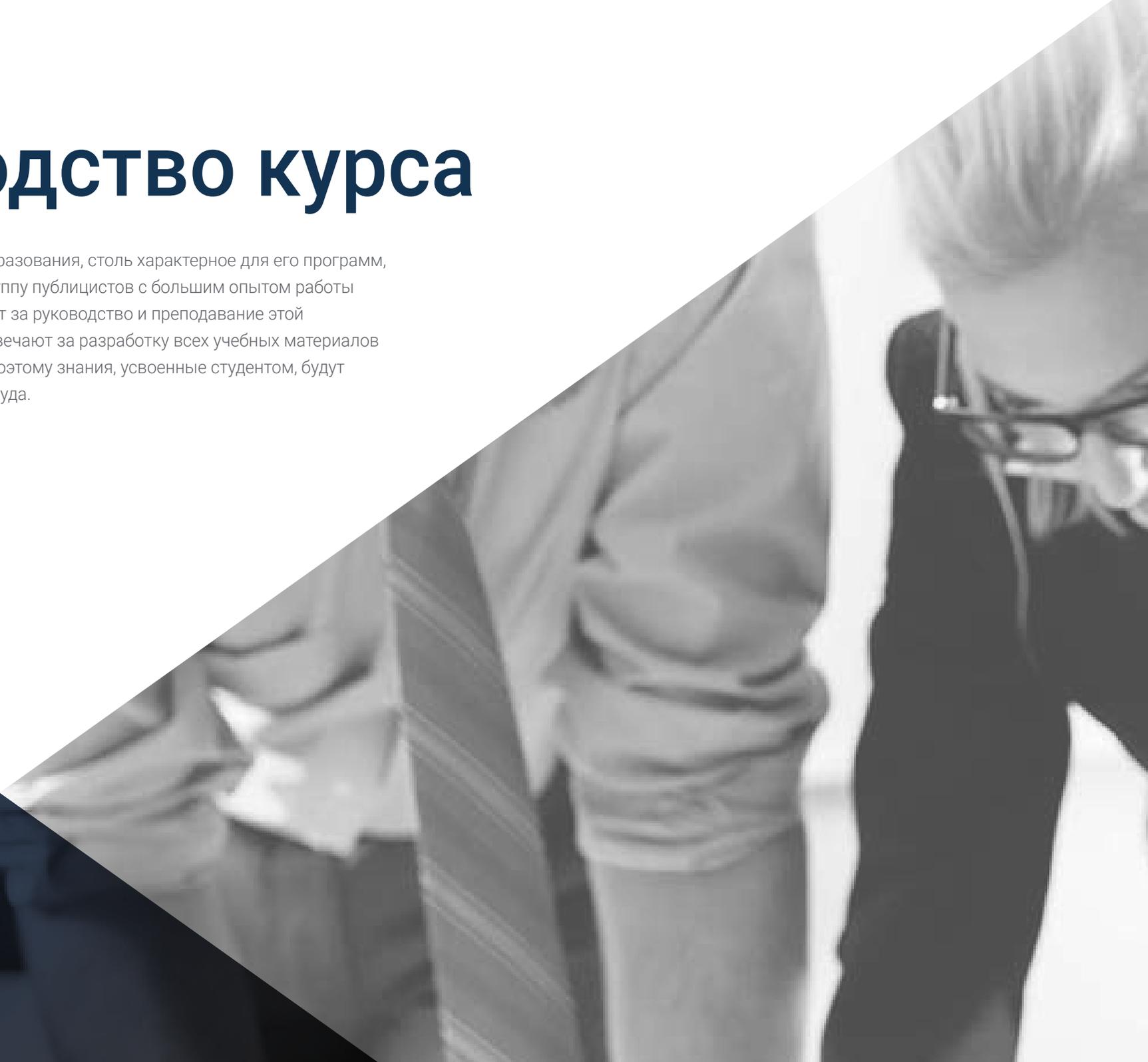
Директор по маркетингу и рекламе

*"Я был впечатлен качеством содержания этой программы. Видно, с каким вниманием преподаватели отнеслись к его подготовке, они очень полезны в повседневной практике и помогают совершенствовать творческие способности. Без сомнения, я считаю, что это была хорошая инвестиция в мою карьеру"*

09

# Руководство курса

Стремясь сохранить качество образования, столь характерное для его программ, ТЕСН сформировал отличную группу публицистов с большим опытом работы в этом секторе, которые отвечают за руководство и преподавание этой программы. Эти специалисты отвечают за разработку всех учебных материалов для этой Бизнес-магистратура. Поэтому знания, усвоенные студентом, будут полностью применимы в мире труда.



A black and white photograph showing three people from a different perspective, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that covers the top right and bottom right portions of the page.

“

*Отличные публицисты с большим опытом работы в этой сфере обеспечат вас знаниями, имеющими наибольшую профессиональную применимость”*

## 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"*



10

# Влияние на карьеру

ТЕСН способствовал созданию данной программы в области рекламного креатива с целью развития профессиональной карьеры всех студентов, которые ее проходят. Для этого университет собрал отличную группу экспертов в области рекламы, которые предоставят вам лучшие знания и самые передовые навыки в этой сфере, гарантируя полное видение сектора всего за 12 месяцев обучения.



“

*Повысьте свою профессиональную карьеру всего за 12 месяцев с лучшими экспертами в области рекламы”*

## Готовы ли вы решиться на перемены? Вас ждет отличный профессиональный рост

Бизнес-магистратура в области рекламного креатива от TECH — это интенсивная программа, которая подготовит вас к решению задач и принятию бизнес-решений в области рекламы. Главная цель — способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Если вы хотите усовершенствоваться, добиться положительных изменений на профессиональном уровне и пообщаться с лучшими, это место для вас.

*Добейтесь желаемого повышения зарплаты за короткий срок после завершения данной программы TECH.*

*Пройдите обучение по программе в области рекламного креатива и значительно повысите свои карьерные перспективы в мире рекламы.*

### Время перемен



### Что изменится



## Повышение заработной платы

---

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на **25%**

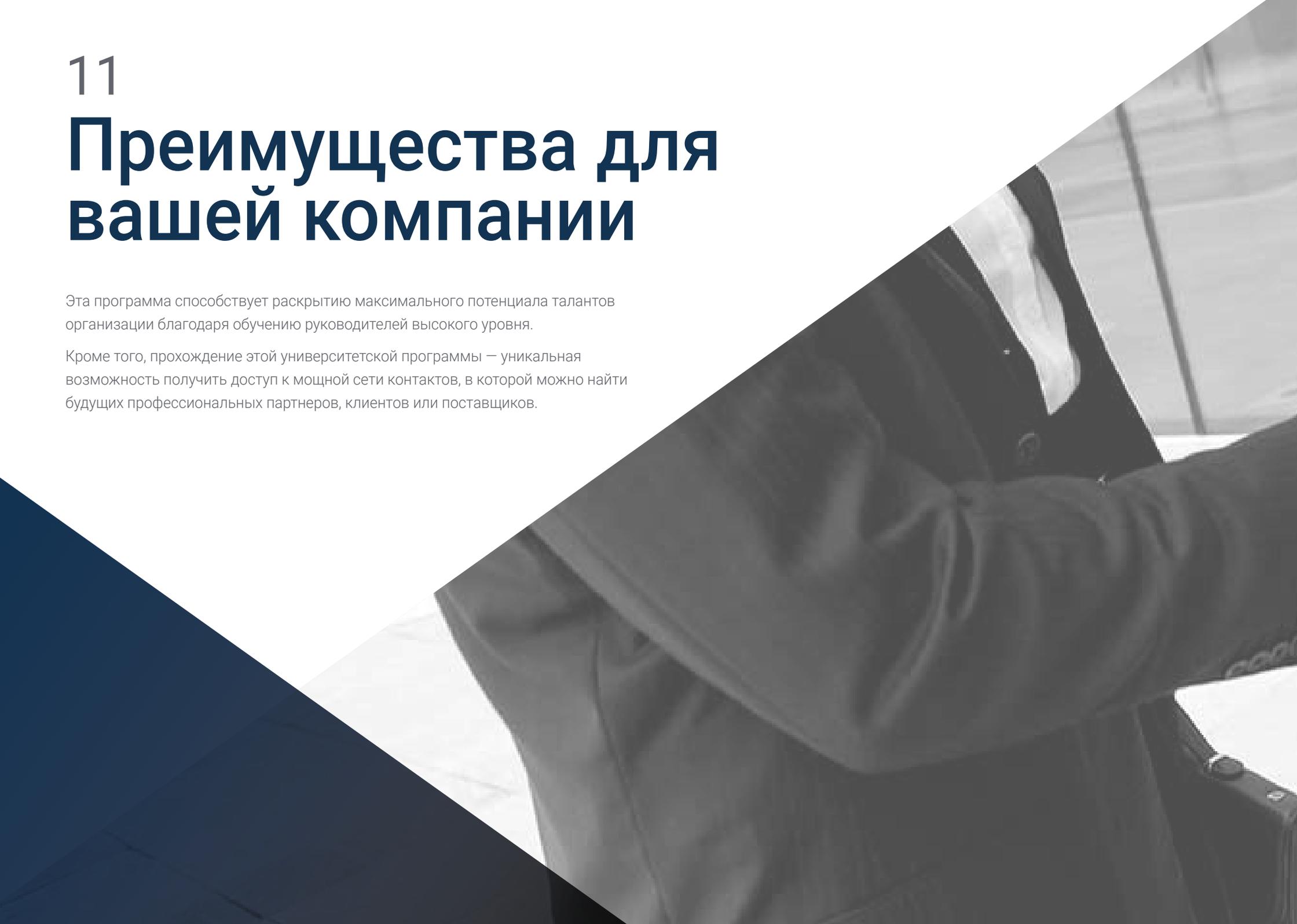


11

# Преимущества для вашей компании

Эта программа способствует раскрытию максимального потенциала талантов организации благодаря обучению руководителей высокого уровня.

Кроме того, прохождение этой университетской программы – уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.



““

*В цифровую эпоху руководители должны интегрировать новые процессы и стратегии, которые приводят к значительным изменениям и организационному развитию. Это возможно только благодаря университетскому обучению и повышению квалификации”*

Развитие и удержание талантов в компаниях – лучшая долгосрочная инвестиция.

01

### Рост талантов и интеллектуального капитала

Профессионал привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к соответствующим изменениям в организации.

---

02

### Удержание руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

03

### Создание агентов изменений

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

---

04

### Расширение возможностей для международной экспансии

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.



05

### **Разработка собственных проектов**

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

---

06

### **Повышение конкурентоспособности**

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.

12

# Квалификация

Бизнес-магистратура в области рекламного креатива гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу  
и получите диплом без хлопот,  
связанных с поездками  
и бумажной волокитой”*

Данная **Бизнес-магистратура в области рекламного креатива** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура** выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Бизнес-магистратура, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Бизнес-магистратура в области рекламного креатива**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 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.



## Бизнес-магистратура Рекламный креатив

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

# Бизнес-магистратура

## Рекламный креатив