

专科文凭 广告传播





专科文凭 广告传播

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

网络访问: www.techtitude.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-communication

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的课程?	04 目标
4	6	10	14
	05 结构和内容	06 方法	07 我们学生的情况
	20	28	36
	08 对你的职业生涯的影响	09 对贵公司的好处	10 学历
	40	44	48

01 欢迎

广告是吸引消费者的重要源泉,因为通过最具说服力的传播策略,广告能引起人们必要的消费兴趣。通过本课程,学生可了解广告系统的基本原理、创意过程和规划的特点,以及其产生的社会影响。因此,教学大纲以传播中的创造力为重点,向学生概述创造性思维及其在传播领域的应用。通过本学术课程,学生将能够理解和吸收广告宣传活动的创作过程,特别关注说服力沟通,从而发展他们的想象力,唤醒他们在任何沟通领域产生原创想法的态度。



广告传播专科文凭。
TECH科技大学



“

通过TECH的专科文凭课程,你将成为
广告传播领域的专家,而广告传播
是当今最热门的创意专业之一”

02

为什么在TECH学习?

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院，具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。



“

TECH是一所站在技术前沿的大学, 它将所有资源交给学生支配, 以帮助他们取得商业成功"

TECH科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育科技与最大的教学严谨性相结合。一种具有最高国际认可度的独特方法,将为学生提供在不断变化的世界中发展的钥匙,在这个世界上,创新必须是所有企业家的基本承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为“微软欧洲成功案例”。



最高要求

TECH的录取标准不是经济方面的。在这所大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。该机构的学术标准非常高。

95% | TECH学院的学生成功完成学业



联网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100,000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500

| 与最佳公司的合作协议



人才

该计划是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的项目中,由于该项目,你将能够了解世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的创新信息。

TECH的学生来自200多个国家。

TECH追求卓越,为此,有一系列的特点,使其成为一所独特的大学:



分析报告

TECH探索学生批判性的一面,他们质疑事物的能力,他们解决问题的能力和他们的人际交往能力。



优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。大学将再学习方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10,000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格.这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实,活泼和动态的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

来自20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到学术界最严格和最新的案例研究"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活，最创新的教育方法中学习。



“

我们拥有最著名的教师队伍和市场上最完整的教学大纲,这使我们能够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容。

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

承担新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势,进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的参训人员在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关注和渴望成长的学生。你将能够分享合作伙伴,客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发公司项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人,大公司,著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分:TECH科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

本课程旨在加强学生在广告传播领域的领导技能，培养新的能力，提高他们在竞争激烈的环境中实现学术和专业发展的技能。因此，广告传播需要一个懂得如何维护其所管理传播的品牌利益的形象，懂得如何了解与之互动的公众以及所销售的产品或服务。因此，在完成该课程后，专业人员将能够以创新的视角和国际视野，从全球角度做出正确的决策。



“

你将分析构成语言系统的不同层次和组成部分, 以及不同文本类型中的话语产品, 并阐述成功的复制”

TECH会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

这个广告传播专科文凭专家将广告培训学生:

01

了解广告和公共关系领域及其流程和组织结构

02

确定广告和公共关系专业人士的专业概况, 以及表现所需的主要技能你的专业实践

03

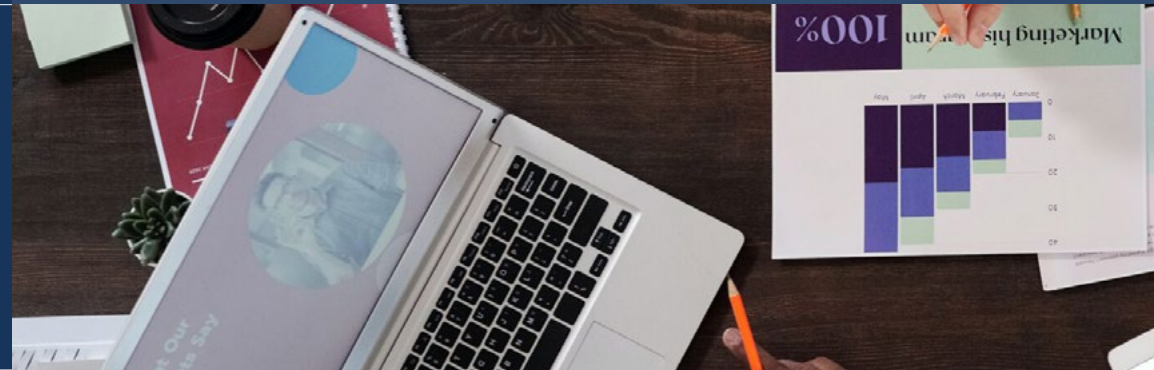
确定人类创造力的基本原则及其在说服力沟通表现中的应用

04

知道如何将创意过程应用于传播领域, 特别是广告和公共关系领域

05

知道如何描述广告公司的结构

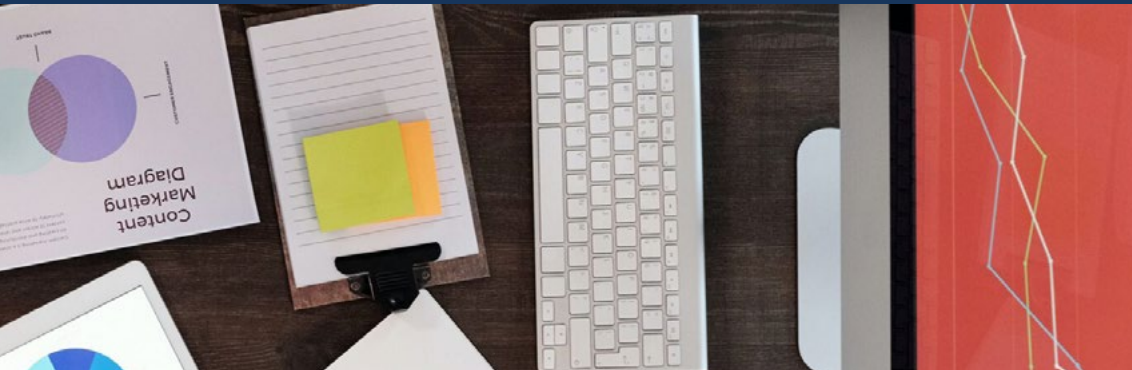


06

确定广告流程和公共关系的流程和组织结构

08

认识广告语言和其他说服力沟通形式的要素、形式和过程



09

认识到当今社会的结构和转变与广告和公共关系传播的要素、形式和过程的关系

07

掌握广告语言和其他交流形式的元素、形式和过程, 为此利用西班牙语知识, 分析构成西班牙语语言系统的不同层次和组成部分, 以及被框定的话语产品在不同的文本类型中

10

通过不同的媒体和媒体支持, 鼓励创造力和说服力

11

通过不同的媒体鼓励创造力和说服力和不同的媒体

12

了解当今社会的结构和转型与广告传播和公共关系的要素、形式和过程的关系

13

了解广告研究的重要和适当的工具和公共关系





14

了解广告和公共关系领域及其流程和组织结构

15

确定广告和公共关系专业人士的专业概况, 以及表现所需的主要技能你的专业实践

16

掌握必要的知识, 在所有领域、渠道和网络中使用适合每种沟通方式的语言进行充分的沟通

05

结构和内容

广告传播专科文凭课程由三个模块组成,内容由该领域的专家编写,向学生介绍当前广告语言的所有概念,让学生深入了解各种传播手段的作用。这样,专业人员就能通过高质量的内容掌握沟通结构的关键环节,从而在竞争激烈的环境中脱颖而出。





表达你的创造力!本课程引导你通过不同的媒体和不同的传播手段,创造性地开展说服工作"

教学大纲

TECH科技大学的广告传播专科文凭课程是一项强化课程,旨在帮助学生掌握广告领域的传播结构。

专科文凭课程的内容旨在促进管理技能的发展,使学生能够在不确定的环境中更加严谨地做出决策,面对广告用于定位产品、服务或公司的传播领域可能出现的商业挑战。

在 450 个小时的准备过程中,学生将通过个人作业分析大量实际案例。因此,这是一个真正的沉浸在真实的商业环境中,这将为专业人士的形象定位。

通过这种方式,专科文凭将重点放在传播结构上,注重广告语言的创造性,将注意力放在如何使用词汇来推销一种理念上。该课程旨在培养商业专业人员,从战略、国际和创新的视角引导他们进入该行业。

基于上述原因,本课程专为学生设计,以提高他们的专业水平为重点,培养他们在广告传播领域取得优异成绩,课程内容以最新趋势为基础,具有创新性,并得到最佳教育方法和优秀师资的支持,这将为他们提供在这一环境中成功发展的技能。

该专科文凭为期6个月,分为3个内容模块:

模块1

广告理论

模块2

广告语言

模块3

传播中的创造力



在哪里、什么时候、如何进行？

TECH你提供了完全在网上开发这一方案的可能性。在培训持续的6个月中，你可以学生将能够访问本课程的所有内容，这将使你能够自我管理你的学习时间。

深入研究网络安全，设法防止公司的网络攻击。

模块1.广告理论

1.1. 广告的基础知识

- 1.1.1. 简介
- 1.1.2. 广告和营销的基础知识
- 1.1.3. 广告、公共关系和宣传
- 1.1.4. 当代广告的层面和社会范围
- 1.1.5. 成功的广告。肯德基

1.2. 广告的历史

- 1.2.1. 简介
- 1.2.2. 源头
- 1.2.3. 工业革命和广告
- 1.2.4. 广告业的发展
- 1.2.5. 互联网世界中的广告
- 1.2.6. 成功的广告：可口可乐公司的案例研究

1.3. 广告和它的参与者一：广告商

- 1.3.1. 简介
- 1.3.2. 广告业如何运作
- 1.3.3. 广告商的类型
- 1.3.4. 在公司的组织结构图上做广告
- 1.3.5. 成功的广告：Facebook案例研究

1.4. 广告和它的参与者II：广告公司

- 1.4.1. 简介
- 1.4.2. 广告公司：广告传播方面的专业人士
- 1.4.3. 广告公司的组织结构
- 1.4.4. 广告公司的类型
- 1.4.5. 广告公司的收费管理
- 1.4.6. 成功的广告。耐克

1.5. 广告和它的主角三：广告接受者

- 1.5.1. 简介
- 1.5.2. 广告接收者及其背景
- 1.5.3. 作为消费者的广告接收者
- 1.5.4. 广告中的需求和愿望
- 1.5.5. 广告与记忆：关于广告效果
- 1.5.6. 成功的广告：宜家的案例研究

1.6. 广告创作过程一：从广告主到媒体

- 1.6.1. 简介
- 1.6.2. 广告创意过程的初步内容
- 1.6.3. 广告简报或通讯简报
- 1.6.4. 创意战略
- 1.6.5. 媒体战略

1.7. 广告创作的过程二：创意与广告

- 1.7.1. 简介
- 1.7.2. 广告人创意工作的基本原理
- 1.7.3. 广告创意及其传播地位
- 1.7.4. 广告业的创意工作
- 1.7.5. 成功的广告：皇家马德里案例研究

1.8. 广告创作的过程三：广告宣言的构思和发展

- 1.8.1. 简介
- 1.8.2. 创意构思和策略
- 1.8.3. 创意设计过程
- 1.8.4. Lluís Bassat认为创意的十条基本路径：广告流派
- 1.8.5. 广告格式
- 1.8.6. 成功的广告。麦当劳

1.9. 广告媒体策划

- 1.9.1. 简介
- 1.9.2. 媒体和规划
- 1.9.3. 广告媒体及其分类
- 1.9.4. 媒体策划工具
- 1.9.5. 成功的广告。百事可乐

1.10. 广告、社会和文化

- 1.10.1. 简介
- 1.10.2. 广告与社会的关系
- 1.10.3. 广告与情感
- 1.10.4. 广告、主题和事物
- 1.10.5. 成功的广告。汉堡王

模块2.广告语言

2.1. 思考和写作:定义

- 2.1.1. 文案写作的定义
- 2.1.2. 文案写作的历史背景和职业化阶段专业化

2.2. 文案写作和创意

- 2.2.1. 文案写作的制约因素
- 2.2.2. 语言能力
- 2.2.3. 文案策划人的职能
- 2.2.4. 文案策划人的职能定义

2.3. 连贯性原则和运动的概念化

- 2.3.1. 竞选活动的统一性原则
- 2.3.2. 创作团队
- 2.3.3. 构思过程:隐藏的创造力
- 2.3.4. 什么是概念?
- 2.3.5. 概念化过程的应用
- 2.3.6. 广告概念
- 2.3.7. 广告概念的效用和优势

2.4. 广告和修辞

- 2.4.1. 文案写作和修辞学
- 2.4.2. 修辞的位置
- 2.4.3. 修辞学的阶段

2.5. 文案写作的基本原理和特点

- 2.5.1. 校对
- 2.5.2. 改编
- 2.5.3. 效果
- 2.5.4. 文案写作的特点
- 2.5.5. 形态学:名词化
- 2.5.6. 句法:解构
- 2.5.7. 图解:强调性的标点符号

2.6. 论证策略

- 2.6.1. 描述
- 2.6.2. 颂词
- 2.6.3. 叙事
- 2.6.4. 互文性

2.7. 文案写作中的风格和口号

- 2.7.1. 句子长度
- 2.7.2. 风格
- 2.7.3. 口号
- 2.7.4. 一个源自战争的短语
- 2.7.5. 口号的特点
- 2.7.6. 口号的表述
- 2.7.7. 口号的形式
- 2.7.8. 口号的功能叙事的功能

2.8. 应用文案写作的原则和原因+USP
二项式

- 2.8.1. 严谨、清晰、精确
- 2.8.2. 综合性和简单性
- 2.8.3. 广告文本限制
- 2.8.4. 二项式的应用原因+USP

2.9. 常规和非常规媒体的广告文案写作

- 2.9.1. 线上/线下之分
- 2.9.2. 整合:克服ATL-BTL之争
- 2.9.3. 电视文案写作
- 2.9.4. 电台文案写作
- 2.9.5. 新闻文案写作
- 2.9.6. 户外文案写作
- 2.9.7. 非常规的媒体文案写作
- 2.9.8. 直接营销文案写作
- 2.9.9. 互动媒体中的文案写作

2.10. 广告文案和其他文案的评估标准

- 2.10.1. 广告分析的经典模式
- 2.10.2. 影响和相关性
- 2.10.3. 撰稿人的检查清单
- 2.10.4. 广告文案的翻译和改编
- 2.10.5. 新技术、新语言
- 2.10.6. 关于Web 2.0的写作
- 2.10.7. 命名、游击队广告和其他文案的案例命名、游击队广告和其他文案的案例

模块3.沟通中的创造力

3.1. 创造是为了思考

- 3.1.1. 思考的艺术
- 3.1.2. 创造性思维和创造力
- 3.1.3. 思考和大脑
- 3.1.4. 关于创造力的研究路线:系统化

3.2. 创作过程的性质

- 3.2.1. 创作的性质
- 3.2.2. 创作的概念:创作和创意
- 3.2.3. 为说服力沟通服务的思想创造
- 3.2.4. 广告创意过程的性质

3.3. 发明

- 3.3.1. 创作过程的演变和历史分析
- 3.3.2. 古典发明大全的性质
- 3.3.3. 思想起源中关于灵感的经典观点
- 3.3.4. 发明、灵感、劝说

3.4. 修辞学和劝说性沟通

- 3.4.1. 修辞学和广告学
- 3.4.2. 说服力沟通的修辞部分
- 3.4.3. 修辞学人物
- 3.4.4. 广告语言的修辞规律和修辞功能

3.5. 创造性行为和个性

- 3.5.1. 创造力是一种个人特征,是一种产品,也是一种过程
- 3.5.2. 创造性行为和动机
- 3.5.3. 感知和创造性思维
- 3.5.4. 创造力的要素

3.6. 创造性技能和能力

- 3.6.1. 思维系统和创造性智力的模式
- 3.6.2. 吉尔福特的智力结构三维模型
- 3.6.3. 各种因素和智力能力之间的相互作用
- 3.6.4. 创意技能
- 3.6.5. 创新能力

3.7. 创作过程的阶段

- 3.7.1. 创造性是一个过程
- 3.7.2. 创作过程的阶段
- 3.7.3. 广告创意过程的阶段

3.8. 问题的解决

- 3.8.1. 创造力和解决问题的能力
- 3.8.2. 知觉障碍和情感障碍
- 3.8.3. 发明的方法:创造性的方案和方法

3.9. 创造性思维的方法

- 3.9.1. 脑力激荡作为一种创意创造模式
- 3.9.2. 纵向思维和横向思维
- 3.9.3. 发明的方法:创造性的方案和方法

3.10. 创意和广告传播

- 3.10.1. 作为广告传播的具体产品的创意过程
- 3.10.2. 广告创意过程的性质:广告的创意和创意过程
广告创作的
- 3.10.3. 广告创作的方法论原则和效果
- 3.10.4. 广告创作:从问题到解决方案
- 3.10.5. 创造力和说服力的沟通



在本准可文凭中,你将学习如何通过不同的创造性思维方法如头脑风暴法来提升你的创意"



06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的:再学习。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被**新英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现再学习, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇
世界各地传统大学基础的学习方式”



该课程使你准备好在不确定的环境中
面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战,并取得事业上的成功。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。由于这种方法,个人和职业成长得到了促进,向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的基础的技术,确保遵循最新的经济,社会和商业现实。

“

你将通过合作活动和真实案例,学习如何解决真实商业环境中的复杂情况”

在世界顶级商学院存在的时间里,案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律,案例法向他们展示真实的复杂情况,让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年,它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下,专业人士应该怎么做?这就是我们在案例法中面临的问题,这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中,学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识,研究,论证和捍卫他们的想法和决定。

再学习方法

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

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的时间表。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取容。

在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。2019年, 我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量, 材料质量, 课程结构, 目标.....), 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



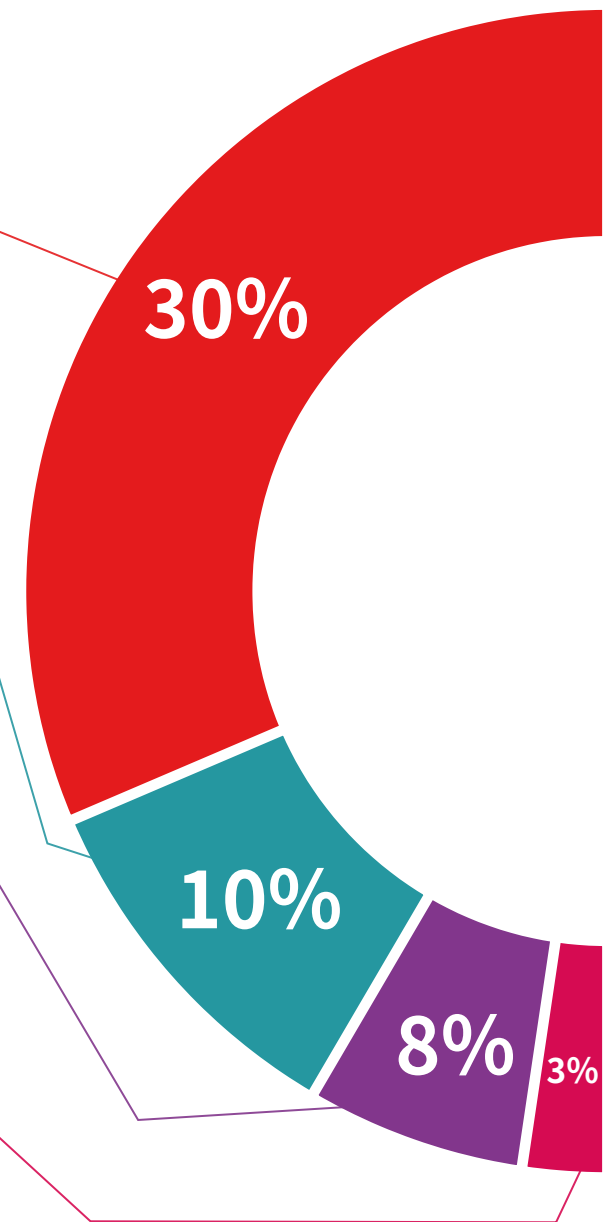
管理技能实习

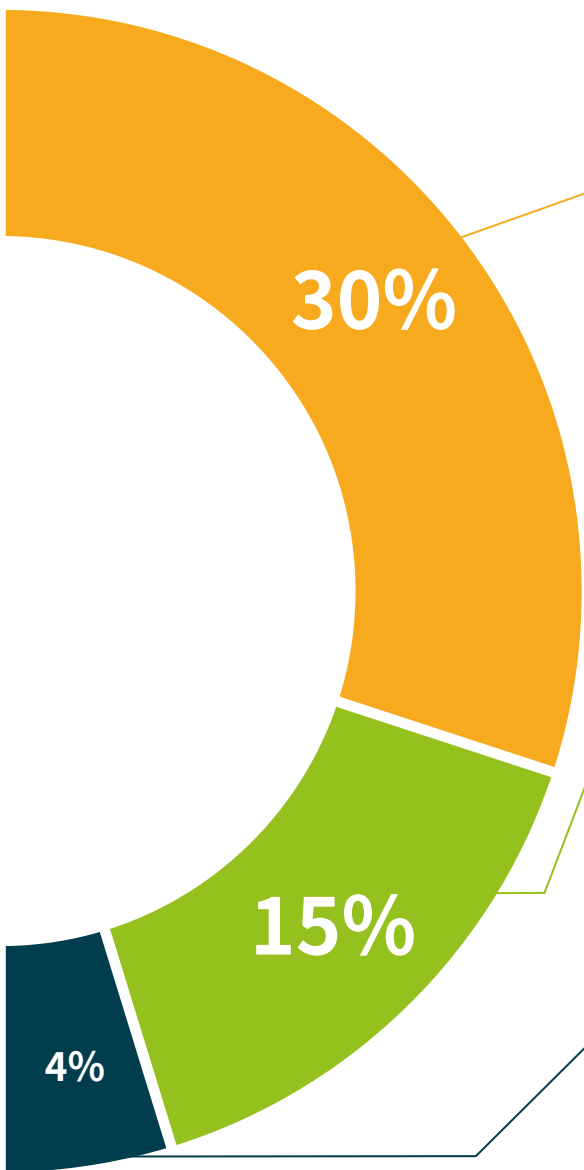
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的高级管理专家介绍,分析和辅导的案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



07

我们学生的情况

本专科文凭课程面向希望在广告传播领域脱颖而出的新闻、传播和商业专业人士。这样，他们就能学习到最合适的概念和策略，从而创造出吸引更多受众的有说服力的宣传活动。来自不同国家、不同学术背景的参与者构成了该计划的多学科方法。





“

将你的职业方向调整为广告传播,你将会有更多的职业选择”

平均年龄

35岁至45岁之间

经验年限

+14年以上:8.4%

12至13年:14%

10至11年:18.9%

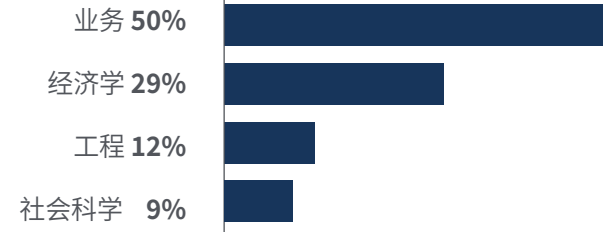
8至9年:27%

5年:8%

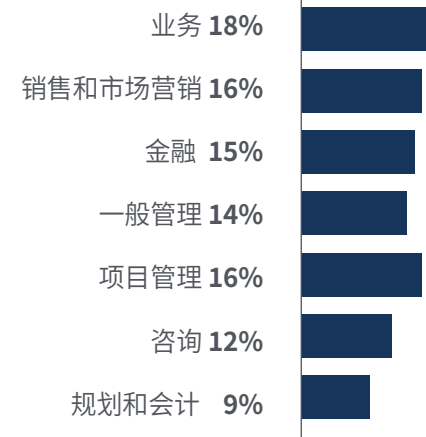
6至7岁:23.7%



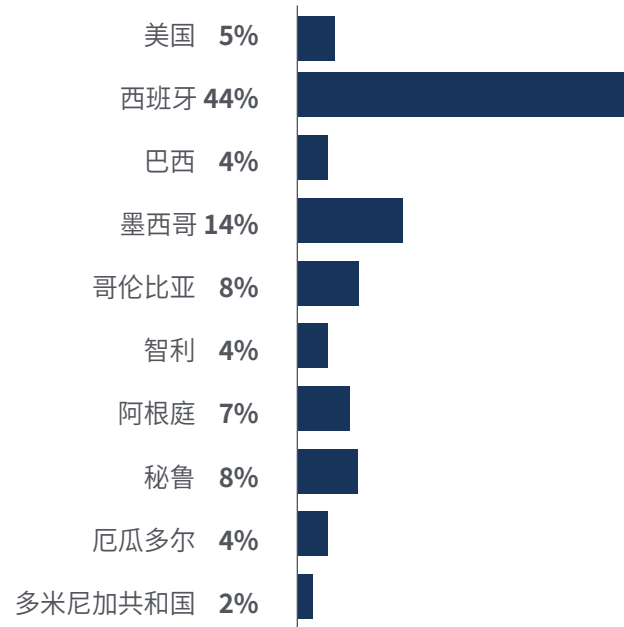
培训



学术概况



地域分布



Julio Ponce

Freelance Copywriter

"最近, 我的职业生涯转向了文案写作, 我需要学习更多真正有说服力的广告技巧, 使我的自由职业作品在竞争日益激烈的行业中脱颖而出。这个专科文凭远远超出了我的预期, 我对结果非常满意"

08

对你的职业生涯的影响

TECH 科技大学意识到,学习具有这些特点的课程意味着学生在经济、专业和个人方面的巨大投入。做出这种巨大努力的最终目标应该是实现专业成长,使专业人员的插入、晋升或他或她在劳动力市场上向这个部门寻求的改变获得成功。TECH致力于实现这一目标,并通过设计有竞争力的方案、创新的方法和行业内最好的专家来实现。



A large, stylized red outline of a double quotation mark, positioned to the left of the main text.

在TECH接受培训, 你将
增加工作成功的机会"

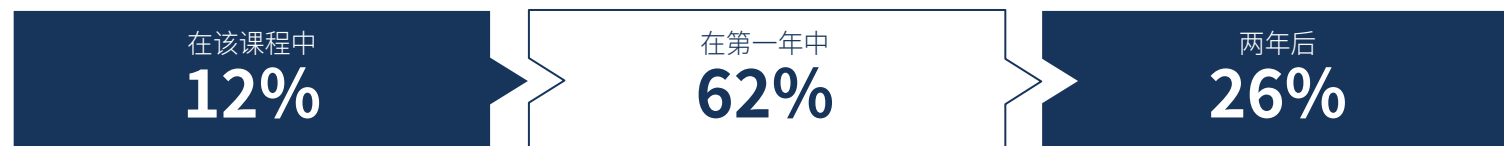
你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

广告传播专科文凭TECH 是一项强化课程，旨在培养学生面对广告传播领域的挑战和商业决策的能力，使他们能够在一个拥有自己语言的全球行业中接受培训。因此，其主要目标是促进学生的个人和专业成长，以便在这个工作领域获得成功。

越早开始这项计划，就能越早实现自己的职业目标。

如果你想在你的专业领域做出积极的改变，那么这个广告传播专科文凭就是你要找的。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过**25.55%**



09

对贵公司的好处

广告传播专科文凭通过提拔高级领导人才，为最大限度地发挥组织的人才潜能做出了贡献。

此外，加入该高级专科文凭是一个独特的机会，可以进入一个强大的联系网络，在其中寻找未来的专业合作伙伴、客户或供应商。





“

将你的创造力发挥到极致, 用你的想法去生活。通过TECH学习广告传播专业, 实现你职业生涯的飞跃”

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念, 战略和观点, 可以为组织带来相关的变化。

02

留住高潜力的管理人员, 避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系, 并为公司内部的职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你将能够在不确定和危机的时候做出决定, 帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划, 该公司将与世界经济的主要市场接触。



05

开发自己的项目

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

10 学历

广告传播专科文凭课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

成功地完成这一培训,并获得你的大学学位,没有旅行或行政文书的麻烦”

这个**广告传播专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位:**广告传播专科文凭**

官方小时数:**450小时**





专科文凭 广告传播

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

专科文凭 广告传播

