

# 专科文凭

## 媒体与信息产品管理





## 专科文凭 媒体与信息产品管理

- » 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.techitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-media-information-product-management](http://www.techitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-media-information-product-management)

# 目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的方案?	04 目标
4	6	10	14
	05 结构和内容	06 方法	07 我们学生的情况
	18	24	32
	08 课程管理	09 对你的职业生涯的影响	10 对贵公司的好处
	36	40	44
			11 学历
			48

# 01 欢迎

传播公司的信息产品决定了公司的形象、价值观和承诺。简而言之，这就是公司的形象。这就是为什么负责管理这一领域的专业人员不仅要详细了解实体，还要了解行业，目的是适应要求和需求，帮助他/她带领公司走向成功之路。在本专业中，您将通过最新的教学大纲获得实现这一目标的所有信息。该课程由通信领域的专家设计，完全通过网络开发，因此毕业生无需放弃工作就可以安排自己的学习经历。



媒体与信息产品管理专科文凭。  
TECH科技大学



“

成为通信公司信息产品管理  
专家的最佳机会就在这个学位  
上,你会让它与你擦肩而过吗”

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

这个媒体与信息产品管理专科文凭的发展目标是,让毕业生在一个学位中就能找到提高专业水平的关键所在,并获得主管的技能和能力。此外,TECH 所提供的所有学位都旨在通过最好的课程帮助学生实现其最高、最远大的职业抱负。



“

对传统媒体和数字媒体的深入了解将帮助您制定适合每种媒体特点的商业战略”

TECH会把学生的目标作为自己的目标。  
与学生们共同致力。

媒体与信息产品管理专科文凭将培养学生：

01

定义企业管理的最新趋势发展

02

制定发展和提高个人和管理技能的计划

03

在复杂和不稳定的环境中制定决策战略







04

培养发现、分析和解决问题的能力

05

了解经营通信公司的所有技巧

06

成功管理不同类型的信息产品

# 05

## 结构和内容

这个媒体与信息产品管理专科文凭的学习时间为6个月，采用100%在线模式，可通过任何设备进行学习，且不设时间表。这样，毕业生就可以继续工作，并将其与本专业课程完美结合。



“

对商业和广告传播效果的深入了解, 将为您提供开展更有效的宣传活动以取得更好效果的关键”

## 教学大纲

媒体与信息产品管理专科文凭是由教学团队按照 TECH 及其教学方法所规定的质量和时效标准设计的。

这就是为什么毕业生会发现本专业的教学内容是根据再学习准则编写的:最重要的概念和术语在整个教学大纲中得到重申。这样,专科生就不必投入额外的时间去死记硬背,而是以自然和循序渐进的方式掌握知识。此外,这种方法还保证了概念的持久性。

这是一个 100% 的在线课程,旨在帮助毕业生提高专业素质,使他们能够获得梦寐以求的高职位,并与工作生活完美结合。

媒体与信息产品管理专科文凭课程为期 6 个月,分为 4 个模块:

模块1

通讯媒体

模块2

信息产品管理

模块3

市场和沟通环境

模块4

市场与客户管理



### 在哪里、什么时候、如何进行？

TECH提供了完全在网上发展这个媒体与信息产品管理专科文凭的机会。在培训持续的6个月中，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。

一个独特的、关键的、决定性的教育经历，以促进你的专业发展，实现明确的飞跃。

## 模块1.通讯手段

### 1.1. 媒体的介绍

- 1.1.1. 什么是媒体?
- 1.1.2. 媒体特性
- 1.1.3. 媒体效用

### 1.2. 新闻

- 1.2.1. 媒体简介和简史
- 1.2.2. 主要特点
- 1.2.3. 从纸到数字

### 1.3. 电台

- 1.3.1. 媒体简介和简史
- 1.3.2. 主要特点

### 1.4. 电视

- 1.4.1. 媒体简介和简史
- 1.4.2. 传统电视
- 1.4.3. 新的电视消费形式

### 1.5. 社交网络作为一种交流方式

- 1.5.1. 网络作为一种新的通信环境
- 1.5.2. 社交网络的交流可能性

### 1.6. 新平台和设备

- 1.6.1. 多屏环境
- 1.6.2. 第二个电视屏幕
- 1.6.3. 多任务消费者

### 1.7. 全球本地化

- 1.7.1. 本地媒体
- 1.7.2. 近距离新闻

### 1.8. 媒体效果

- 1.8.1. 商业和广告传播的有效性
- 1.8.2. 媒体效应的理论
- 1.8.3. 社会和共同创造的模式

### 1.9. 媒体融合

- 1.9.1. 新媒体生态系统
- 1.9.2. 融合的文化

### 1.10. 用户生成内容

- 1.10.1. 从消费者到产消者
- 1.10.2. 参与式文化
- 1.10.3. 集体智慧

## 模块2.信息产品管理

### 2.1. 信息产品定义

- 2.1.1. 概念
- 2.1.2. 特点
- 2.1.3. 类型

### 2.2. 信息产品开发流程

- 2.2.1. 新闻制作阶段
- 2.2.2. 新闻制作阶段

### 2.3. 推出新信息产品的策略

- 2.3.1. 有形的策略
- 2.3.2. 无形战略
- 2.3.3. 无形战略

### 2.4. 竞争策略研究

- 2.4.1. 基准测试
- 2.4.2. 基准测试的类型
- 2.4.3. 优势

### 2.5. 信息产品组合的创新过程

- 2.5.1. 跨媒体叙事
- 2.5.2. 风潮现象

### 2.6. 战略定位创新

- 2.6.1. 游戏化
- 2.6.2. 新的叙事世界

### 2.7. 新闻文件

- 2.7.1. 文化新闻记录的基本指南
- 2.7.2. 历史文献
- 2.7.3. 当前文档
- 2.7.4. 疯狂的新闻

### 2.8. 在线声誉计划的设计和策划

- 2.8.1. 西班牙主要社交媒体概览
- 2.8.2. 品牌声誉计划一般指标、投资回报率和社交 CRM
- 2.8.3. 在线危机和声誉 SEO

### 2.9. 沟通在当今组织中的重要性

- 2.9.1. 与媒体沟通的机制和系统
- 2.9.2. 组织沟通中的错误

### 2.10. 内向型营销

- 2.10.1. 有效的内向型营销
- 2.10.2. 内向型营销的好处
- 2.10.3. 衡量内向型营销的成功

**模块3.市场和沟通环境****3.1. 公司大环境**

- 3.1.1. 宏观环境概念
- 3.1.2. 宏观环境变量

**3.2. 企业微环境**

- 3.2.1. 微环境概念的探讨
- 3.2.2. 微环境的参与者

**3.3. 新的竞争环境**

- 3.3.1. 技术创新和经济影响
- 3.3.2. 知识社会
- 3.3.3. 新的消费者档案

**3.4. 了解市场和消费者**

- 3.4.1. 开放式创新 (Open Innovation)
- 3.4.2. 竞争情报
- 3.4.3. 竞争经济

**3.5. 市场和观众**

- 3.5.1. 媒体用户概况
- 3.5.2. 受众碎片化

**3.6. 制定营销计划**

- 3.6.1. 营销计划的概念
- 3.6.2. 对形势的分析和诊断
- 3.6.3. 战略营销决策
- 3.6.4. 业务营销决策

**3.7. 市场细分**

- 3.7.1. 市场细分概念
- 3.7.2. 分段实用程序和要求
- 3.7.3. 消费市场细分
- 3.7.4. 产业市场细分
- 3.7.5. 细分策略
- 3.7.6. 基于营销组合标准的细分

**3.8. 竞争地位**

- 3.8.1. 市场定位理念
- 3.8.2. 定位过程

**3.9. 商业细分**

- 3.9.1. 分销渠道、销售区域和产品分析
- 3.9.2. 商业区准备
- 3.9.3. 参观计划的实施

**3.10. 企业社会责任**

- 3.10.1. 社会承诺
- 3.10.2. 可持续的组织
- 3.10.3. 组织中的道德规范

**模块4.市场和客户管理****4.1. 营销管理**

- 4.1.1. 营销管理的概念
- 4.1.2. 新的营销现实
- 4.1.3. 一个新的市场:消费者和公司的能力
- 4.1.4. 整体营销导向
- 4.1.5. 更新营销的4P
- 4.1.6. 营销管理的任务

**4.2. 关系营销**

- 4.2.1. 关系营销的概念
- 4.2.2. 客户是公司的资产
- 4.2.3. CRM 作为关系营销工具

**4.3. 营销数据库**

- 4.3.1. 营销数据库应用
- 4.3.2. 信息来源

**4.4. 购买行为类型**

- 4.4.1. 购买决策过程
- 4.4.2. 购买过程的各个阶段
- 4.4.3. 购买行为类型
- 4.4.4. 购买行为类型的特征

**4.5. 忠诚度流程**

- 4.5.1. 全面的客户知识
- 4.5.2. 忠诚度流程
- 4.5.3. 客户价值

**4.6. 目标客户的选择——CRM**

- 4.6.1. 电子客户关系管理的设计
- 4.6.2. 消费者导向
- 4.6.3. 一对一策划

**4.7. 研究项目管理**

- 4.7.1. 信息分析工具
- 4.7.2. 制定期望管理计划
- 4.7.3. 项目可行性评估

**4.8. 网上市场调查**

- 4.8.1. 在线市场的定量研究工具
- 4.8.2. 动态定性客户研究工具

**4.9. 传统受众研究**

- 4.9.1. 受众测量的起源基本概念
- 4.9.2. 如何衡量传统受众?
- 4.9.3. 临时股东大会和凯度传媒

**4.10. 互联网受众研究**

- 4.10.1. 社会观众
- 4.10.2. 衡量社会影响:Tuitele
- 4.10.3. Barlovento 和 IAB 西班牙

# 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

媒体与信息产品管理专科文凭的目标受众是曾经学习过新闻学或传播学以及社会科学或工商管理专业,并希望在职业生涯中实现质的飞跃的大学毕业生和专业人士。他们可以是活跃的商务人士,也可以是未来的企业家。具有不同学术背景和来自多个国家的参与者的多样性构成了该计划的多学科方法。







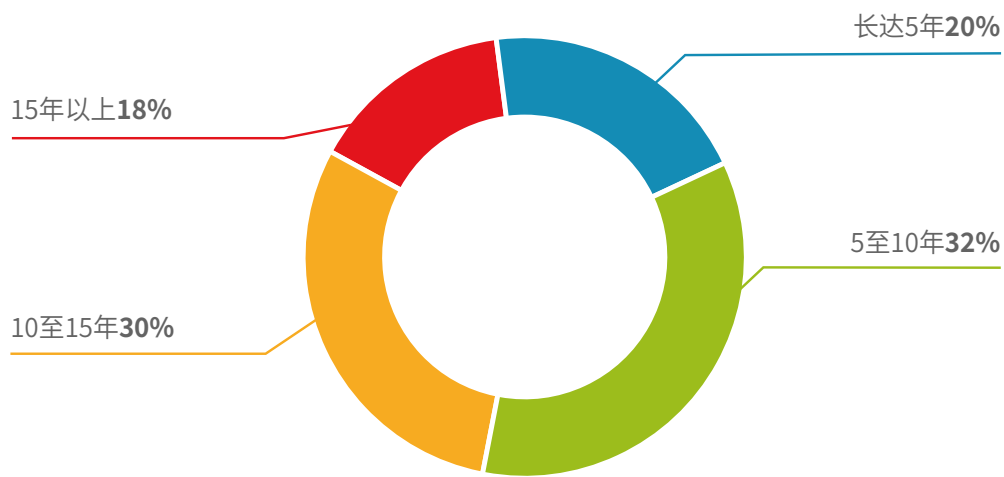
“

如果您的目标是获得一项资格证书,为短期和长期的专业提升打开大门,那么本专科文凭将为您提供实现这一目标的知识技能”

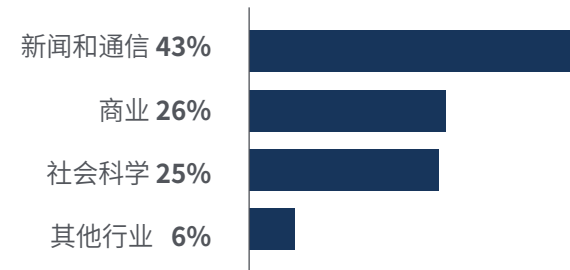
### 平均年龄

**35岁至45岁**之间

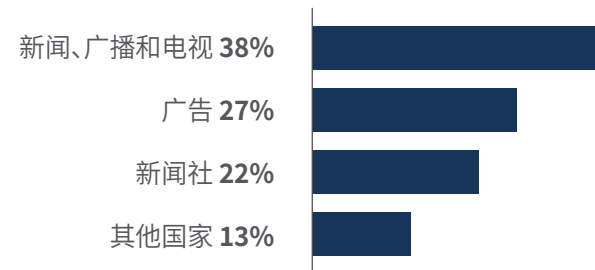
### 经验年限



### 培训

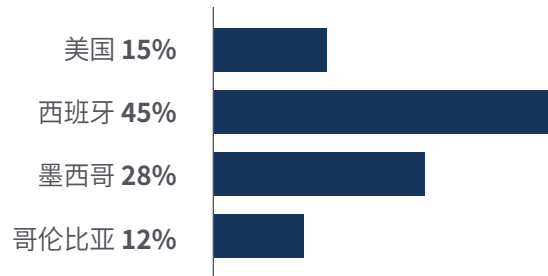


### 学术概况



## 地域分布

---



## Regina Rodríguez

---

传播公司的主任

”我已经失业好几个月了，有一天，我在寻找能让我改善简历的资格证书时，发现了这个学位。我只能说，在结束了我有生以来最不可思议、最丰富的学习经历后不久，我就有机会申请了一家通信公司的管理职位。我得到了这份工作，最重要的是：我发现我在新岗位上应用了我在专科文凭课程中学到的一切”

# 08 课程管理

本专业由在媒体行业不同领域拥有丰富管理经验的传播专家指导。此外,由于他们都是活跃的专业人士,他们将为本专科文凭提供批判性和现实性的观点,作为毕业生的指导,不仅使教学大纲中的信息符合实际情况,还能深入了解行业的日常运作。



“

教学团队将随时为您提供指导。您可以安排个性化辅导,解决在攻读学位期间可能出现的任何问题”

## 管理人员



### Iñesta Fernández, Noelia 女士

- ◆ 社交媒体经理和记者
- ◆ 传讯经理 (G. Greterika Imp-Exp)
- ◆ 传播和营销主管 (A. 企业)
- ◆ Horeca 频道中小型企业的社区经理
- ◆ 当地媒体作家
- ◆ 媒体研究博士
- ◆ 社交媒体管理硕士
- ◆ 新闻学学位
- ◆ 视听制作高级技师



09

# 对你的职业生涯的影响

TECH 非常重视决定参加该课程的专业人士在时间和金钱方面的投资。因此, 我们尽最大努力提供不辜负期望的内容, 为毕业生的职业道路带来尽可能大的积极影响。这将使他们能够实现拟议的短期、中期和长期目标。此外, 还能提高组织和规划技能, 以便扩展自己的业务或在公司的管理阶梯上更上一层楼。







“

本专科文凭将为您的职业生涯提供所需的推动力, 让您跻身行业前列”

### 你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH科技大学的媒体与信息产品管理专科文凭是一个强化课程，为你准备好面对国内和国际的挑战和商业决策。其主要目的是促进你的个人和职业成长。帮助你获得成功。

如果你想提高自己，在专业水平上实现积极的变化，并与最好的人交流，这里就是你的地方。

在您的简历上写上这一资格证书，将为您在就业市场上打开更多的大门。让自己与众不同，在短短6个月内成为媒体和信息产品管理专家。

通过专为帮助您跻身行业佼佼者行列而设计的课程，培养您的领导能力，提高您的业务技能。

### 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25.22%



10

# 对贵公司的好处

媒体与信息产品管理专科文凭通过培训高水平的领导人, 为提高管理层的人才潜力做出了贡献。参加这个方案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。除了在数字化和组织领域获得新的经验外。





“

您将能够与来自世界各地的学生建立联系。这将使您为未来建立起潜在的合作伙伴和客户组合”

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。

# 11 学历

媒体与信息产品管理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。





“

成功地完成这个专业,并获得你的大学学位,而省去出门或办理文件的麻烦”

这个**媒体与信息产品管理专科文凭**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:**媒体与信息产品管理专科文凭**

官方学时:**600小时**





## 专科文凭 媒体与信息产品管理

- » 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

媒体与信息产品管理

