

大学课程 创意广告



tech 科学技术大学



tech 科学技术大学

大学课程 创意广告

- » 模式:在线
- » 时间:2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.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-certificate/advertising-creativity

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

结构和内容

12

04

方法

18

05

学位

26

01 介绍

最好的广告活动是基于创新和创意。在从未见过的东西上下注，对吸引公众至关重要。这个强化课程将使学生对文案写作有一个广阔的视野，并有可能了解广告的目的。为此，将处理一些规则和注意事项，以使起草工作有效和专业。无疑，这是一个独特的课程，将为你的职业发展铺平道路。





“

专攻广告业的文案和创意写作及艺术指导, 获得在这一领域取得成功所需的技能”

通过这个大学课程, TECH为学生提供了与广告文本写作有关的知识汇编, 通过这些知识, 他们将学会应用和分析每种不同信息的写作特点: 信件, 小册子, 新闻广告, 广告牌, 商业广告, 广告片等, 包括理论方面和实际案例。从此, 学生将能够把学到的关于文案写作的准则, 关键和参考模型融入到当前最流行的媒体和平台--互联网和社交网络。其目的是掌握写作技巧, 发展想象力, 在任何广告形式中产生原创性的想法。

该课程还包括更具艺术性的广告版本。艺术总监的主要特点之一是他的野心, 即不断改进他的工作, 了解, 探索沟通的极限, 以使他的信息的接收者感到惊讶和捕捉。因此, 该课程的目的是在学生中播下对广告平面设计和艺术指导领域感兴趣的种子, 使他/她永远不会停止完善自己作为一个视觉传播者。

这样一来, 本大学课程将成为该行业中希望专门从事广告创意的专业人士的重要工具, 因为它在一个单一的教学大纲中包括了文案和广告艺术的最相关方面。毋庸置疑, 这是一个为追求沟通的专业人士提供的一流课程。

这个创意广告**大学课程**包含了市场上最完整和最新的教育课程。主要特点是:

- ◆ 使用最新技术的在线教学软件
- ◆ 这个教学系统, 在图形和示意图内容的支持下, 具有强烈的视觉效果, 易于吸收和理解
- ◆ 由执业专家提出的案例研究的发展
- ◆ 最先进的互动视频系统
- ◆ 由远程实践支持的教学
- ◆ 永久更新和回收系统
- ◆ 自律性学习, 可以与其他职业完全兼容
- ◆ 用于自我评估和验证学习效果的实际练习
- ◆ 支持小组和教育协同: 向专家提问, 讨论论坛和知识
- ◆ 与老师的沟通和个人的反思工作
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容
- ◆ 永久可用的证明文件库



一个一流的课程, 为追求卓越的专业人士设计”

“一个能使你在广告创作的所有领域以高级专业人员的能力工作的大学课程”

该课程的教学人员是由来自与该专业相关的不同领域的专业人士组成的。通过这种方式，TECH可以提供它自己设定的学术更新目标。一个由不同环境中的合格和有经验的专业人员组成的多学科团队，他们将有效地发展理论知识，但最重要的是，将把从他们自己的经验中获得的实践知识提供给学生使用。

这种对主题的掌握得到了方法设计的有效性的补充。由一个多学科的电子学习专家团队开发，它整合了教育技术的最新进展。通过这种方式，学生将能够学习一系列舒适和多功能的多媒体工具，将给他/她带来巨大的收益。他们在研究过程中需要的可操作性。

该课程的设计重点是基于问题的学习。一种将学习设想为一个明显的实践过程的方法。为了远程实现这一目标，采用了远程诊疗。因此，在创新的互动视频系统和向专家学习的帮助下，学生将能够获得知识，就像他们面对一个真实的案例一样。一个能让你以更现实和持久的方式整合和固定学习的概念。

该课程包括大量的实践资源，以帮助你巩固你的理论知识。

该大学课程的教学方法是目前学术界最创新的。



02 目标

在TECH学习这个创意广告大学课程的学生将找到这个领域市场上最完整的信息,这将使他们获得必要的培训,以发展他们最有创意的一面,设计有吸引力和创新的广告活动。这样,在课程结束时,专业人员将能更好地获得相关的职位,成为一个有参考价值的专业人士。





“

发展你的创意, 学习如何
设计成功的广告活动”



总体目标

- ◆ 掌握必要的知识, 利用最先进的数字工具进行适当的广告传播

“

一条专业成长之路, 将推动您在劳动力市场上更具竞争力”





具体目标

- ◆ 知道在不同的媒体或组合和互动媒体系统中使用信息和通信技术和技巧
- ◆ 认识广告语言的要素,形式和过程和其他形式的说服力沟通
- ◆ 认识到研究的重要和适当的工具
- ◆ 知道如何分析构成广告信息的元素:图形元素,视听元素以及音乐和声音元素
- ◆ 在广告公司或公司的广告部门担任文案的创意角色
- ◆ 有能力在广告公司或公司或机构的广告部门履行文案的专业职责
- ◆ 理解图像的性质和传播潜力
- ◆ 了解广告创意过程
- ◆ 按照规格在适当的时间和形式制作广告作品和不同广告和公共关系流派
- ◆ 能够在广告公司或企业中履行艺术总监的专业职责
- ◆ 参与视听广告的制作
- ◆ 通过不同的媒体和媒体支持,鼓励创造力和说服力

03

结构和内容

这个创意广告大学课程的内容结构是为了方便广告领域的记者学习,使他们能够获得必要的工具来发展他们的创造力。一个两单元的课程,涵盖广告创意的基本方面,包括编辑和艺术。一个旨在使学生能够舒适地自我管理其学业的课程。



“

一个非常完整的教学计划,以非常完善的教学单元为结构,以学习为导向,与你的个人和职业生活相协调”

模块1.广告创意一:文案写作

- 1.1. 起草的概念
 - 1.1.1. 起草和写作
 - 1.1.2. 写作和思考
 - 1.1.3. 写作和秩序
- 1.2. 文案写作的基本原理
 - 1.2.1. 校对
 - 1.2.2. 改编
 - 1.2.3. 效果
- 1.3. 文案写作的特点
 - 1.3.1. 名义化
 - 1.3.2. 结构调整
 - 1.3.3. 表现力集中
- 1.4. 文本和图像
 - 1.4.1. 从文本到图像
 - 1.4.2. 文本的功能
 - 1.4.3. 图像功能
 - 1.4.4. 文字和图像之间的关系
- 1.5. 品牌和口号
 - 1.5.1. 商标
 - 1.5.2. 商标的特点
 - 1.5.3. 口号
- 1.6. 直接广告
 - 1.6.1. 该手册
 - 1.6.2. 目录
 - 1.6.3. 其他附件





- 1.7. 新闻广告:大尺寸的广告
 - 1.7.1. 报纸和杂志
 - 1.7.2. 上层建筑
 - 1.7.3. 正式的特征
 - 1.7.4. 编辑特色
- 1.8. 新闻广告:其他形式
 - 1.8.1. 文字广告
 - 1.8.2. 上层建筑
 - 1.8.3. 索赔
 - 1.8.4. 上层建筑
- 1.9. 户外广告
 - 1.9.1. 格式
 - 1.9.2. 正式的特征
 - 1.9.3. 编辑特色
- 1:10. 电台广告
 - 1.10.1. 广播的语言
 - 1.10.2. 广播现场
 - 1.10.3. 上层建筑
 - 1.10.4. 斑点的类型
 - 1.10.5. 正式的特征
- 1:11. 视听广告
 - 1.11.1. 图像
 - 1.11.2. 文本
 - 1.11.3. 音乐和声音效果
 - 1.11.4. 广告格式
 - 1.11.5. 剧本
 - 1.11.6. 故事板

模块2.企业形象

- 2.1. 公司形象的重要性
 - 2.1.1. 什么是企业形象?
 - 2.1.2. 企业标识和企业形象之间的区别
 - 2.1.3. 企业形象在哪里可以体现出来?
 - 2.1.4. 企业品牌重塑的情
为什么要获得良好的企业形象?
- 2.2. 企业形象的研究技术
 - 2.2.1. 简介
 - 2.2.2. 对公司形象的研究
 - 2.2.3. 研究企业形象的技巧
 - 2.2.4. 定性图像研究技术
 - 2.2.5. 定量技术的类型
- 2.3. 形象审计和战略
 - 2.3.1. 什么是图像审计?
 - 2.3.2. 准则
 - 2.3.3. 审计方法
 - 2.3.4. 战略规划
- 2.4. 企业文化
 - 2.4.1. 什么是企业文化?
 - 2.4.2. 企业文化中涉及的因素
 - 2.4.3. 企业文化的功能
 - 2.4.4. 企业文化的类型
- 2.5. 企业社会责任和企业声誉
 - 2.5.1. 企业社会责任:概念和公司应用
 - 2.5.2. 将企业社会责任融入商业的准则
 - 2.5.3. 企业社会责任的沟通
 - 2.5.4. 企业声誉
- 2.6. 企业视觉识别和命名
 - 2.6.1. 企业视觉识别战略
 - 2.6.2. 基本要素
 - 2.6.3. 基本原则
 - 2.6.4. 手动开发
 - 2.6.5. 命名





- 2.7. 品牌形象和定位
 - 2.7.1. 品牌的起源
 - 2.7.2. 什么是品牌?
 - 2.7.3. 建立品牌的需要
 - 2.7.4. 品牌形象和定位
 - 2.7.5. 品牌的价值
- 2.8. 通过危机公关进行形象管理
 - 2.8.1. 战略沟通计划
 - 2.8.2. 当一切都出错时:危机公关
 - 2.8.3. 案例
- 2.9. 促销活动对企业形象的影响
 - 2.9.1. 广告业的新格局
 - 2.9.2. 推广性营销
 - 2.9.3. 特点
 - 2.9.4. 危险
 - 2.9.5. 促销类型和技巧
- 2:10. 分销和销售点的形象
 - 2.10.1. 零售分销的主要参与者
 - 2.10.2. 通过定位塑造零售分销公司的形象
 - 2.10.3. 通过他们的名字和标志类型

“

一个独特的, 关键的和决定性的
培训经验, 以促进你的职业发展”

05 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”

案例研究, 了解所有内容的背景

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”



你将进入一个以重复为基础的学习系, 在
整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生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。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划，从零开始，提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。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技术基础，确保遵循当前经济，社会和职业现实。



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”

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8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。

在2019年, 我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。

在TECH, 你将采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。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。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。



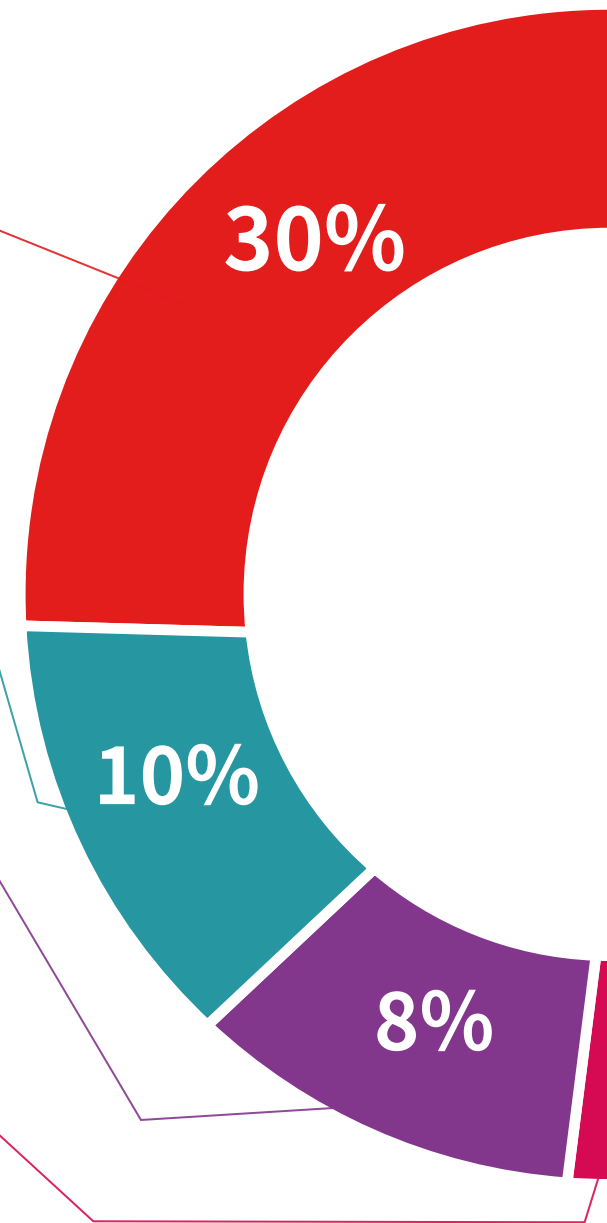
技能和能力的实践

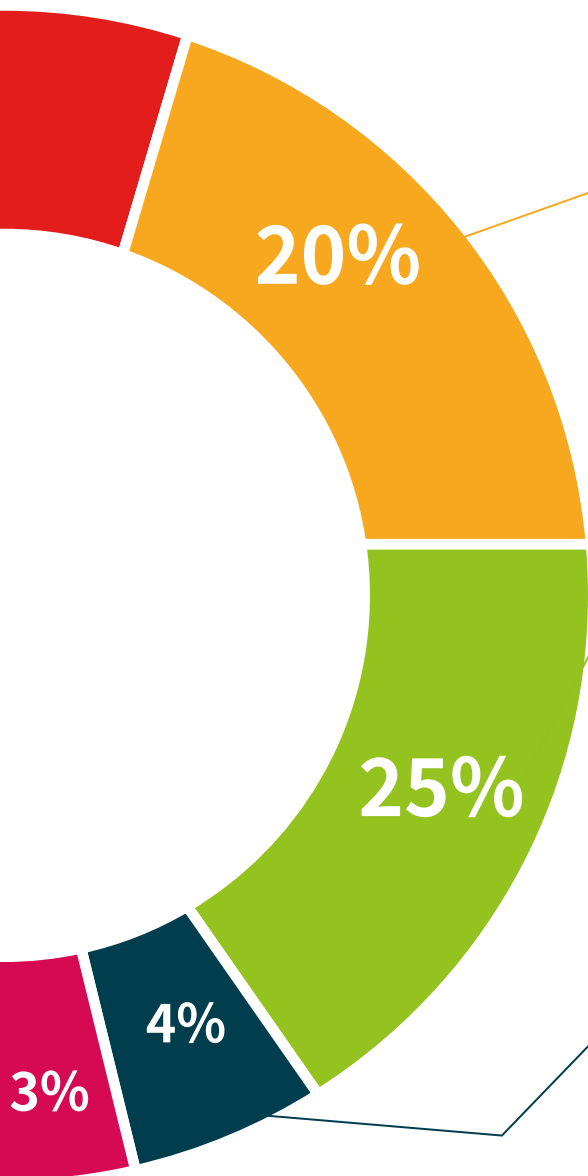
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



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。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



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。



05 学位

创意广告大学课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的大学课程学位证书。



“

顺利完成该课程并获得大学学位, 无需旅行
或通过繁琐的程序”。

这个**创意广告大学课程**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**大学课程学位**。

TECH科技大学颁发的证书将表达在大学课程获得的资格, 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:**创意广告大学课程**

官方学时:**300小时**



健康 信心 未来 人 导师
教育 信息 教学
保证 资格认证 学习
机构 社区 科技 承诺
个性化的关注 现在 创新
知识 网页 培 质量
网上教室 发展 语言

tech 科学技术大学

大学课程
创意广告

- » 模式:在线
- » 时间:2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

大学课程
创意广告

