

大学课程

品牌内容:品牌作为出版商





tech 科学技术大学

大学课程

品牌内容:品牌作为出版商

- » 模式:在线
- » 时间:6周
- » 学位: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/branded-content-brands-publishers

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

18

05

方法

22

06

学位

30

01 介绍

在一个被广告过度饱和的社会中，品牌必须寻找新的方法，将信息带给他们的潜在受众。在这个意义上，品牌内容是公司的一个伟大的盟友，因为它允许他们把不同的内容带给公众，而不被认为是商业的。通过这种方式，他们可以更接近他们的观众，并与他们产生更好的关系。出于这个原因，这个技术课程的重点是指导通信专业人员采取最有效的策略，创造与品牌有关的内容，使公司与消费者建立联系。在学位结束时，学生将获得该学科的关键能力，并能够在该行业成功工作。





“

通过学习这个完整的大学课程,创造与品牌价值相关的有力信息,并成为组织不可或缺资产”

在一个被广告过度饱和的市场中,品牌内容无疑已经成为接触潜在受众的一个非常有效的手段。由于有了界定品牌价值,与公众产生对话并展示产品或服务的附加值的传播作品,公司设法改变了受众对他们的看法,不再被视为一个单纯的商业实体,而是转而与人们产生联系。

了解到品牌内容的重要性,TECH设计了这个课程,在短短的6周内,学生将能够深入了解这个复杂的学科。在大学课程中,从传统广告方法的分析,到营销组合战略中的品牌内容,再到复制品牌内容的最有效方法,都将得到解决。

因此,在大学课程结束时,学生将获得在大公司或在自己的专业项目中负责品牌内容的技能,取得巨大的成果。所有这些,都是足不出户,100%在线学习,并且能够在你想学习的地方,方式和时间进行学习,非常方便。



学会在不同的格式和传播渠道中应用品牌内容,你将把自己定位为一个完整的和备受欢迎的专业人士"

这个**品牌内容:品牌作为出版商大学课程**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由传播学专家提出的实际案例研究的发展
- ◆ 其图形化,示意图和突出的实用性内容,以其为构思为看重专业实践的学科提供理论并贴近实践的信息
- ◆ 品牌内容的新动向
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 特别关注品牌内容:品牌作为出版商的创新方法
- ◆ 基于算法的互动学习系统对所提出的情况进行决策
- ◆ 理论课,向专家提问,关于有争议问题的讨论区和个人反思性论文
- ◆ 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

“

通过这个课程,你将了解到品牌内容是如何被整合到品牌的营销和传播战略中的”

在TECH学习,用市场上获奖最多的在线教学方法发展你的职业生涯。

你将学会创造强有力的信息,并与你的听众产生你需要的联系。

教学人员包括来自沟通学领域的专业人员,以及来自主要协会和著名大学的公认专家。他们将自己的工作经验带到课程中。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的,将允许专业人员进行情景式学习,即一个模拟的环境,提供一个沉浸式的学习程序,为真实情况进行培训。

该课程的设计重点是基于问题的学习,通过这种方式,学生必须尝试解决整个课程中出现的不同专业实践情况。你将得到一个由著名专家开发的创新互动视频系统的支持。



02 目标

了解到品牌内容这个术语相对较新,而且许多传播专业人士还不熟悉这门学科,TECH设计了这个课程,旨在奠定定义品牌内容的基础,其最有效的行动方法以及如何衡量其结果。这是一个独特的机会,可以了解这个蓬勃发展的领域的一切,并使自己处于该领域的最前沿。





“

你想学习如何设计独特的信息并提高你的品牌认知度吗?通过在TECH的学习,你将能够实现这一目标”



总体目标

- 了解什么是品牌内容, 它是如何运作的, 以及它在商业战略中的整合

“

你将深入了解品牌内容的不同格式, 体裁和沟通渠道, 你将成为一个更有能力的专业人士”





具体目标

- 在广告过度饱和的情况下, 深化传播组合中的品牌内容
- 对广告和品牌内容之间的区别以及后者的范围(创建, 格式, 测量)进行深入分析

03

课程管理

为了这个大学课程, TECH汇集了一个顶级的专业团队, 他们将向学生传授与品牌内容有关的一切。商业, 通信和营销方面的专家将能够为学生提供该学科行动领域的最新和全新的视野。因此, 在大学课程结束时, 毕业生将获得在这个领域成功工作的必要工具。



“

向该行业最好的专家学习经验是长期成功的保证。只有在TECH学习才能做到这一点”

国际客座董事

Magda Romanska的名字在国际范围内的表演艺术和传媒领域是无法混淆的。除了其他项目，这位专家还担任哈佛大学metaLAB的首席研究员，并主持著名的Mahindra人文中心的跨媒体艺术研讨会。此外，她还参与了与欧洲研究中心和耶鲁大学戴维斯俄罗斯与欧亚研究中心相关的多项研究。

她的研究领域集中在艺术、人文学科、技术和跨媒体叙事的交汇处。在这广泛的框架内，还包括多平台戏剧和元宇宙戏剧以及人类与人工智能在表演中的互动。基于她对这些领域的深入研究，她创建了Drametrics，一个戏剧文本的定量计算分析。

此外，她还是TheTheatreTimes.com的创始人、首席执行官和总编辑，这是世界上最大的戏剧数字平台。她还推出了Performap.org，一个戏剧节数字互动地图，由耶鲁大学数字人文实验室和LMDA创新奖金资助。此外，她还负责开发了国际在线戏剧节(IOTF)，一个年度全球戏剧节流媒体活动，迄今已吸引超过一百万参与者。此举荣获国际文化在线第二奖，“最佳在线项目”奖，从20个国家的452个提案中脱颖而出。

此外，Magda Romanska博士还荣获MacDowell奖学金、Apothetae奖学金和时代华纳基金会Lark戏剧写作卓越奖。她还获得了PAHA创意奖和Elliott Hayes戏剧卓越奖。此外，她还受到美国戏剧研究协会和波兰研究协会的赞誉。



Romanska, Magda 博士

- 哈佛大学metaLAB首席研究员, 美国波士顿
- TheTheatreTimes.com首席执行官和总编辑
- 哈佛大学Minda de Gunzburg欧洲研究中心副研究员
- 耶鲁大学戴维斯俄罗斯与欧亚研究中心副研究员
- Emerson学院表演艺术讲师
- 伯克曼互联网与社会中心副教授
- 康奈尔大学戏剧、电影和舞蹈博士学位
- 斯坦福大学现代思想与文学硕士学位
- 耶鲁大学戏剧学院和比较文学系毕业生
- Mahindra人文中心跨媒体艺术研讨会主席
- 数字戏剧+顾问委员会成员

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

管理人员



Regueira, Javier 博士

- ◆ 西班牙品牌内容协会的副会长和创始人
- ◆ 品牌内容机构ZOND (MIO集团的一部分) 的常务董事
- ◆ 科米亚斯宗座大学讲师, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- ◆ 前BDF妮维雅和帝国烟草公司的营销主管
- ◆ 作者, 博主和TEDx演讲者
- ◆ 品牌内容学博士
- ◆ 在欧洲毕业欧洲ICADE E4
- ◆ 市场营销学硕士

教师

Ugidos, Susana 女士

- ◆ 在内容战略方面有丰富的专业经验
- ◆ 商业管理和市场营销学位
- ◆ 管理发展, 品牌内容和跨媒体以及数字营销和设计思维方面的研究生学位

Montoya Rubio, Alba 博士

- ◆ 网络和通信专家, A'Punt (Corporación Valenciana de Medios de Comunicación)
- ◆ 合作讲师 UOC
- ◆ 巴塞罗那大学音乐与电影学博士
- ◆ 巴塞罗那庞培法布拉大学视听通信学位
- ◆ 巴塞罗那大学音乐作为一种跨学科艺术的硕士学位



■ New Visitor ■ Returning Visitor



04

结构和内容

本大学课程的内容是以100%在线形式设计的,学习时间为6周。从中,你将深入了解品牌作为出版商的角色,以及不同的格式,方法和推广渠道,使品牌内容成为建立受众对品牌忠诚度的高效选择。这是一个独特的机会,你可以学习到作为品牌内容经理成功工作所需的一切。





“

你将按照自己的节奏学习, 不需要旅行, 你将成为一个更好的专业人士, 这要感谢TECH”

模块1.品牌内容:品牌作为出版商

- 1.1. 传统广告模式:Push
 - 1.1.1. 推送通信策略的关键方面
 - 1.1.2. 起源与演变
 - 1.1.3. 推送策略的未来
- 1.2. 新的Pull模型
 - 1.2.1. 拉式沟通策略的关键方面
 - 1.2.2. 起源和当前背景
 - 1.2.3. 成功的关键
- 1.3. 品牌内容
 - 1.3.1. 品牌内容,内容营销和原生广告
 - 1.3.2. 如何识别品牌内容?
- 1.4. 品牌作为出版商:影响
 - 1.4.1. 新价值链
 - 1.4.2. 影响
 - 1.4.3. 模型
- 1.5. 品牌内容及其在传播组合中的作用
 - 1.5.1. 当今情况
 - 1.5.2. 品牌内容和品牌目的
 - 1.5.3. 励志案例
- 1.6. 内容与广告并存
 - 1.6.1. 差异
 - 1.6.2. 对品牌资产的贡献
 - 1.6.3. 共存例子



- 1.7. 品牌内容:格式和流派
 - 1.7.1. 类型
 - 1.7.2. 其他方法,其他类型
 - 1.7.3. 格式
- 1.8. 品牌内容创建方法
 - 1.8.1. 战略
 - 1.8.2. 构思
 - 1.8.3. 生产
- 1.9. 品牌内容推广的重要性
 - 1.9.1. 方法
 - 1.9.2. 阶段
 - 1.9.3. 格式
- 1.10. 衡量品牌内容的有效性
 - 1.10.1. 如何衡量BC项目?
 - 1.10.2. 定性和定量测量
 - 1.10.3. 指标和 kpi

“

由于你在跨媒体故事方面的卓越知识,为观众提供独特的沟通体验”



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

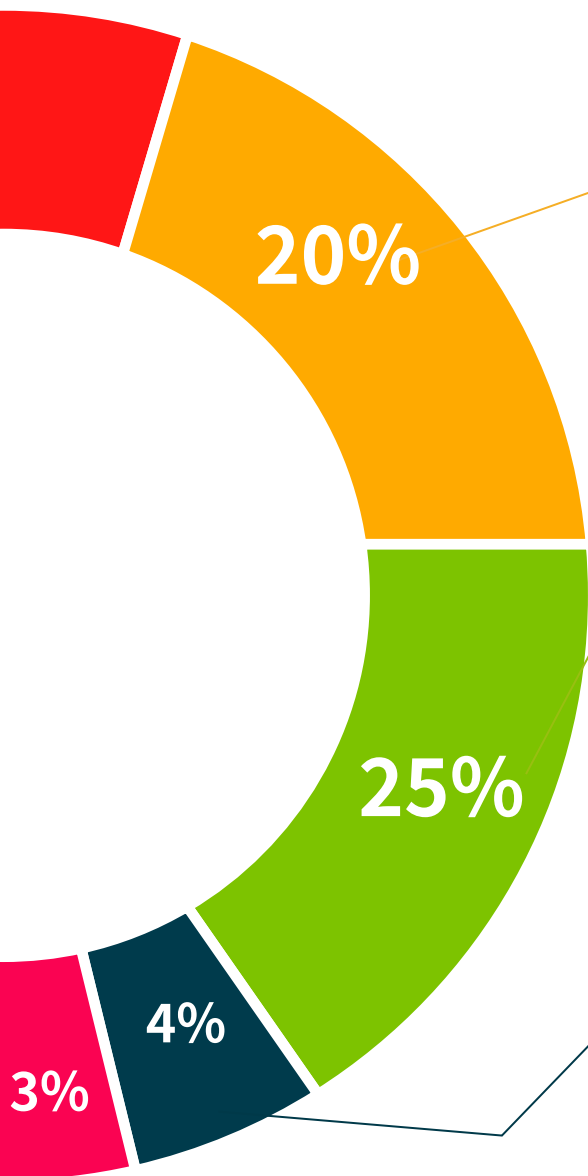
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



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。



06 学位

品牌内容:品牌作为出版商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。



“

成功地完成这个课程并获得大学学位, 而无需旅行或繁文缛节的麻烦”

这个品牌内容:品牌作为出版商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:品牌内容:品牌作为出版商大学课程

官方学时:150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 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

大学课程

品牌内容:品牌作为出版商

- » 模式:在线
- » 时间:6周
- » 学位: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

品牌内容:品牌作为出版商