

Университетский курс

Стратегия цифрового маркетинга



tech технологический
университет

Университетский курс Стратегия цифрового маркетинга

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 недель
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-certificate/digital-marketing-strategy

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 18

05

Методика обучения

стр. 22

06

Квалификация

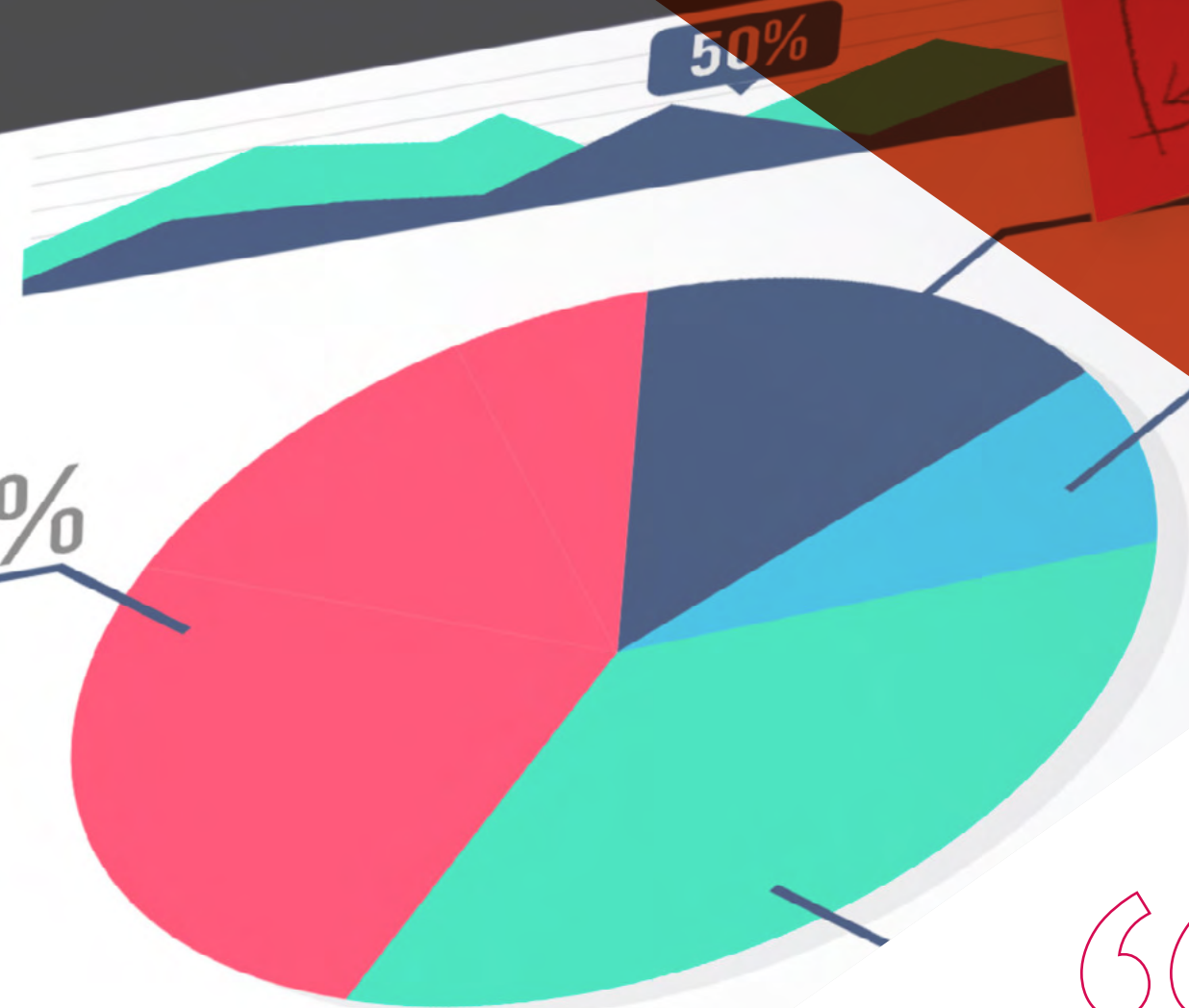
стр. 32

01

Презентация

Интернет стал революцией для сферы культуры, поскольку это отличный канал для осуществления продаж, привлечения новых клиентов и охвата аудитории, заинтересованной в предлагаемой продукции. Но для того чтобы достичь такого охвата, необходимо провести ряд маркетинговых мероприятий, направленных на увеличение распространения информации о компании. И эти действия также требуют специальных знаний, которыми обладают далеко не все профессионалы в креативных индустриях. По этой причине данная программа предлагает идеальные знания для специализации в области цифрового маркетинга в сфере культуры и искусства, превращая студентов в экспертов в этой области.





“

Создайте лучшие стратегии цифрового маркетинга для своих клиентов благодаря этому Университетскому курсу”

al computers, smartphones, r

Появление интернета стало революцией для компаний, учреждений и пользователей в целом. Он не только предоставил традиционным компаниям виртуальную среду, но и открыл новые пути в распространении контента, продажах и привлечении клиентов. Внезапно став популярным, интернет привел многих к осознанию того, что существует огромная цифровая территория, которую можно освоить, но сделать это было непросто.

Так, постепенно, его использование в качестве канала продаж нормализовалось, но для этого требуются специализированные профессионалы, которые знают, как выстроить и реализовать соответствующие маркетинговые планы, учитывающие цели компании и ее целевую аудиторию.

Однако этот процесс усложняется, когда он осуществляется в сфере креативных индустрий, поскольку компании этого сектора имеют ряд особенностей, которые отличают их от компаний в других промышленных областях. Даже в сфере культуры есть особенности, которые разделяют различные дисциплины, ведь компания, связанная с кино, — это не то же самое, что компания, занимающаяся литературой, театром или живописью.

По этой причине необходимо иметь профессионалов, специализирующихся на цифровом маркетинге в сфере культуры, чтобы они могли внести конкретные меры в различные планы коммуникации и продаж компаний этого типа. В ответ на этот спрос был создан этот Университетский курс, включающий 10 мастер-классов приглашенного руководителя международного уровня, предлагающий все ключи к созданию маркетинговых стратегий и реагированию на все вызовы, которые могут возникнуть в этой области, так что его студенты станут настоящими экспертами, которых будут ценить в их профессиональной среде.

Данный **Университетский курс в области стратегии цифрового маркетинга** содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Использование практических кейсов в качестве дидактического метода, позволяющего студентам на собственном опыте узнать, как применять стратегии цифрового маркетинга
- ♦ Специализированное содержание, ориентированное на креативные индустрии, с точки зрения журналистики и коммуникации
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Помогите компаниям улучшить свое положение благодаря этому курсу, включающему 10 мастер-классов от авторитетного международного эксперта”

“

Цифровой маркетинг – основной инструмент для развития компании в креативных индустриях: поэтому необходимы новые специалисты”

В преподавательский состав программы входят профессионалы отрасли, признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов, которые привносят в обучение опыт своей работы.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалистам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

В интернете происходит большая часть продаж в культурных компаниях, но им нужна правильная маркетинговая стратегия.

Все культурные компании, которые вы знаете и цените, инвестировали в хорошие маркетинговые стратегии.



02

Цели

Основная цель программы в области стратегии цифрового маркетинга — предоставить студентам все необходимые знания для разработки передовых маркетинговых планов, адаптированных для каждой компании или учреждения в сфере искусства и культуры. Таким образом, студенты смогут открыть для себя новые профессиональные возможности, приобретя навыки, столь необходимые в современных креативных индустриях.



DIGITAL

ALL MARKETING

““

Решайте задачи своих клиентов благодаря знаниям, которые вы получите на этом Университетском курсе”



Общие цели

- ♦ Использовать новые информационные и коммуникационные технологии как инструменты образования и обмена опытом в изучаемой области
- ♦ Уметь управлять процессом создания и реализации новых идей по заданной теме
- ♦ Приобрести специальные знания для управления компаниями и организациями в новом контексте креативных индустрий
- ♦ Владеть инструментами для анализа экономических, социальных и культурных реалий, в которых сегодня развиваются и трансформируются креативные индустрии

“

Ваша цель — стать специалистом в области цифрового маркетинга, и вы очень близки к ней благодаря этой программе”





Конкретные цели

Модуль 1. Новые стратегии цифрового маркетинга

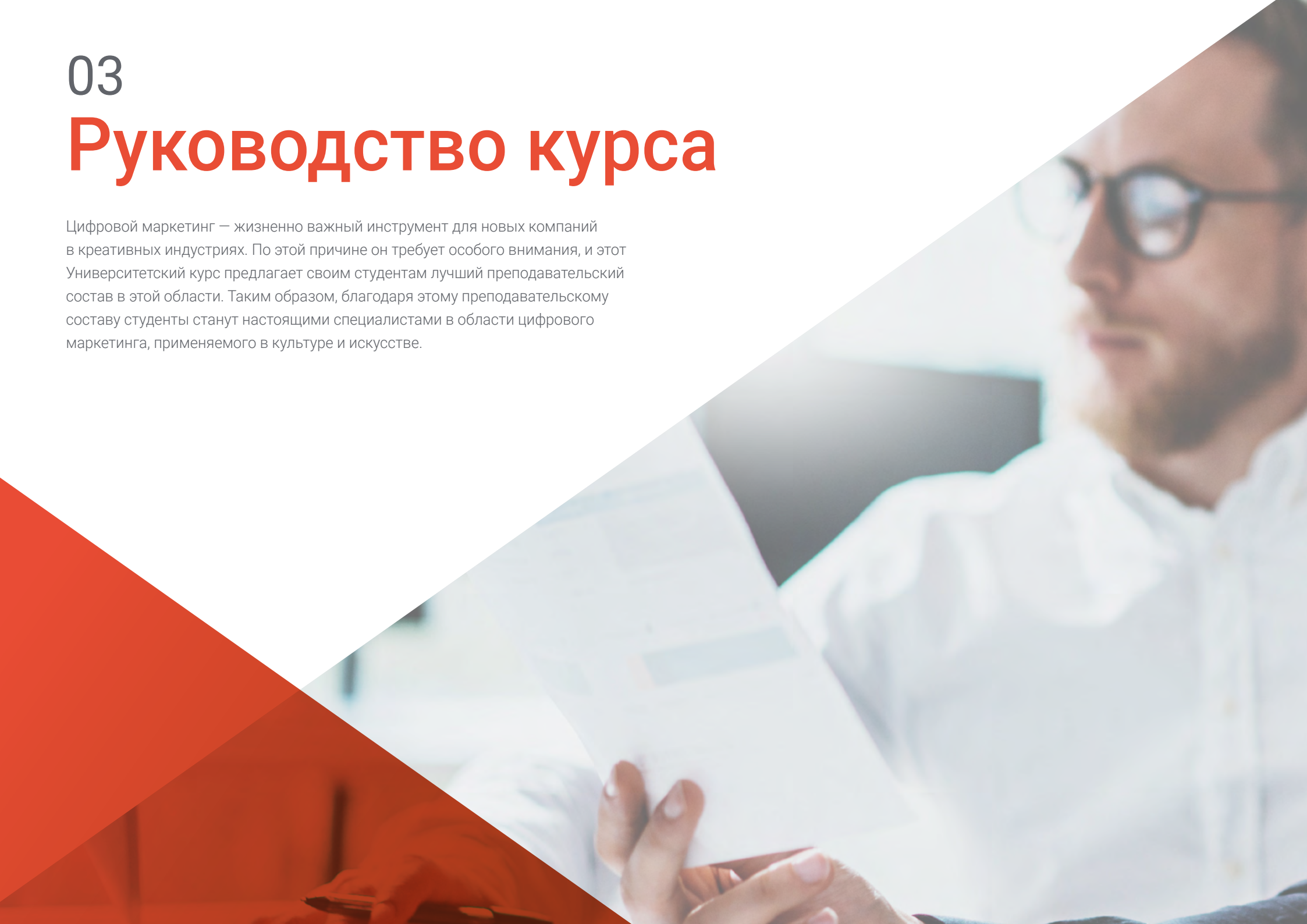
- ♦ Применять инструменты цифрового маркетинга с учетом аудитории, на которую будут направлены сообщения
- ♦ Проводить веб-аналитику, которая дает компании информацию о том, как направлять свою рекламную стратегию
- ♦ Использовать социальные сети в качестве инструментов маркетинга и рекламы
- ♦ Применять инструменты *входящего* маркетинга

No	Marketing Budget	Categories	Unit	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16
10460	Benefits	1-Personal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	16,392	12,357
35246	Payroll taxes	1-Personal	0		345	347	154	1,953	374
76745	Salaries	1-Personal	1	521	434	176	519	1,850	534
76023	Commissions and bonuses	1-Personal	0	0	2,300	189	90	23	456
23674	Personnel Total	1-Personal	1	12,900	16,646	11,195	15,657	18,639	13,890
14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000	1,500	1,200	1,266
10567	Independent Research	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000	2,100	900	580
98643	Firm Research Fees	2-Marketing	0	8,200	4,900	2,000	8,000		4,500
17695	Market Research Total	2-Marketing	3	16,200	12,620	10,000	14,600		5,312
94016	Promotions	3-Commu	2	1,239	190	1,245	432	10,100	5,312
75321	Branding	3-Commu	1	522	431	573	323	134	357
95235	Web Advertising	3-Commu	1	10,432		10,430	14,093	612	453
32564	Direct Marketing	3-Commu	0		532	156	1,090	12,890	13,555
89508	Newspaper Advertising	3-Commu	4		1,243	12	567	234	425
06342	Communication Total	3-Commu	0	12,662	1,243	12	1,090	234	425
89063	Travel	4-Other	0	19,300	19,330	12,416	16,505	13,904	15,136
07421	Phone	4-Other	0	200	150	155	200	12,009	1,367
93012	Computer/Office Equipment	4-Other	2	400	500	100	200	120	145
24601	Postage	4-Other	2	683	153	100	200	500	100
35151	Other Total	1-Personal	0	20,583	16,136	356	235	746	462
10460	Benefits	1-Personal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	16,392	12,357
35246	Payroll taxes	1-Personal	1	345	347	154	1,953	374	534
76745	Salaries	1-Personal	0	521	434	176	519	1,850	534
76023	Commissions and bonuses	1-Personal	0	0	2,300	189	90	23	456
23674	Personnel Total	1-Personal	1	12,900	16,646	11,195	15,657	18,639	13,890
14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000	1,500	1,200	1,266
10567	Independent Research	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000	2,100	900	580

03

Руководство курса

Цифровой маркетинг — жизненно важный инструмент для новых компаний в креативных индустриях. По этой причине он требует особого внимания, и этот Университетский курс предлагает своим студентам лучший преподавательский состав в этой области. Таким образом, благодаря этому преподавательскому составу студенты станут настоящими специалистами в области цифрового маркетинга, применяемого в культуре и искусстве.



“

Этот преподавательский состав даст вам все необходимые инструменты, чтобы справиться со своей работой”

Приглашенный руководитель международного уровня

С. Марк Янг — всемирно известный эксперт, который сосредоточил свои исследования на **индустрии развлечений**. Его результаты отмечены многочисленными наградами, в том числе премией Американской ассоциации бухгалтерского учета за жизненные достижения в области бухгалтерского учета и менеджмента в 2020 году. Он также получил три награды за вклад в научную литературу в этих областях.

Одной из самых заметных вех в его карьере стала публикация исследования "*Нарциссизм и знаменитости*", проведенного совместно с Дрю Пински. В этом тексте были собраны непосредственные данные о знаменитых деятелях кино и телевидения. Кроме того, в статье, которая впоследствии стала бестселлером, эксперт проанализировал нарциссическое поведение звезд целлулоида и то, как оно нормализовалось в современных СМИ. В то же время он рассмотрел их влияние на современную молодежь.

На протяжении всей своей профессиональной деятельности Янг также изучал организацию и направленность киноиндустрии. В частности, он исследовал модели прогнозирования кассового успеха крупных фильмов. Он также внес свой вклад в бухгалтерский учет на основе деятельности и разработку систем контроля. В частности, хорошо известно его влияние на внедрение **эффективного управления на основе сбалансированной системы показателей**.

Академическая деятельность также была отмечена в его профессиональной жизни, и он был избран на исследовательскую кафедру Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в области бизнеса спорта и развлечений. Он также читал лекции и участвовал в учебных программах, связанных с бухгалтерским учетом, журналистикой и коммуникациями. В то же время его учеба в бакалавриате и магистратуре связана с престижными американскими университетами, такими как Питтсбург и Огайо.



Д-р Янг, С. Марк

- ♦ Заведующий кафедрой Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в Университете Южной Калифорнии, Лос-Анджелес, США
- ♦ Официальный историк мужской теннисной команды Университета Южной Калифорнии
- ♦ Академический исследователь, специализирующийся на разработке прогностических моделей для киноиндустрии
- ♦ Соавтор книги "Нарциссизм и знаменитости"
- ♦ Доктор наук по бухгалтерскому учету Питтсбургского университета
- ♦ Степень магистра бухгалтерского учета в Университете штата Огайо
- ♦ Степень бакалавра экономики в Оберлинском колледже
- ♦ Член: Центр передового опыта в преподавании

“

*Благодаря TECH
вы сможете учиться
у лучших мировых
профессионалов"*

Руководство



Д-р Велар Лера, Маргарита

- ♦ Консультант по коммуникациям с опытом работы в сфере моды
- ♦ Генеральный директор Forefashion Lab
- ♦ Директор по корпоративному маркетингу в SGN Group
- ♦ Консультант по корпоративным коммуникациям в LLYC
- ♦ Консультант по коммуникации и бренду, *фриланс*
- ♦ Руководитель отдела коммуникаций в Университете Вильянуэва
- ♦ Преподаватель университетских курсов, связанных с маркетингом
- ♦ Докторская степень в области коммуникации Мадридского университета имени Карлоса III
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальной коммуникации Университета Комплутенсе в Мадриде
- ♦ MBA в области руководства компаниями с сфере моды ISEM Fashion Business School

Преподаватели

Г-н Санхосе, Карлос

- ♦ Специалист в области цифрового маркетинга
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в Designable
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в MURPH
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в 25 Gramos
- ♦ Руководитель отдела контента в Unánime Creativos
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью в университете CEU Карденаль Эррера

Д-р Сан Мигель Арреги, Патрисия

- ♦ Исследователь-эксперт в области цифрового маркетинга
- ♦ Основатель и руководитель Digital Fashion Brands
- ♦ Исследователь и коллаборатор маркетинговых исследований
- ♦ Автор книги *Influencer Marketing*
- ♦ Автор научных публикаций в престижных журналах
- ♦ Постоянный докладчик на национальных и международных конференциях и семинарах по коммуникациям и маркетингу
- ♦ Преподаватель в бакалавриате и аспирантуре университета
- ♦ Докторская степень в области цифрового маркетинга для модных компаний Университета Наварры
- ♦ Степень бакалавра по рекламе и связям с общественностью Мадридского университета Комплутенсе
- ♦ MBA в области Executive Fashion в ISEM

04

Структура и содержание

Содержание этого Университетского курса было подготовлено ведущими экспертами в области цифрового маркетинга, чтобы студенты получили доступ к лучшим специализированным знаниям и могли использовать их непосредственно в своей профессиональной сфере. Программа этого курса состоит из одного модуля, разделенного на 10 тем, которые охватывают все ключевые аспекты этой области.

E-CO





E-COMMERCE

“

*Самая комплексная
и насыщенная программа
обучения цифровому маркетингу
теперь в вашем распоряжении”*

Модуль 1. Новые стратегии цифрового маркетинга

- 1.1. Технология и аудитория
 - 1.1.1. Цифровая стратегия и различия между типами пользователей
 - 1.1.2. Целевые аудитории, исключаящие факторы и поколения
 - 1.1.3. Портрет идеального потребителя (ICP) и персон покупателя
- 1.2. Цифровая аналитика для диагностики
 - 1.2.1. Аналитика до разработки цифровой стратегии
 - 1.2.2. MOT
 - 1.2.3. KPI и метрики, типологии, классификация по методологиям
- 1.3. Электронное развлечение: влияние электронной коммерции на индустрию развлечений
 - 1.3.1. Электронная коммерция, типологии и платформы
 - 1.3.2. Важность веб-дизайна: UX и UI
 - 1.3.3. Оптимизация онлайн-пространства: минимальные требования
- 1.4. *Социальные медиа* и маркетинг влияния
 - 1.4.1. Влияние и эволюция сетевого маркетинга
 - 1.4.2. Убеждение, ключи к контенту и вирусные действия
 - 1.4.3. Планирование кампаний социального маркетинга и маркетинга влияния
- 1.5. *Мобильный* маркетинг
 - 1.5.1. Мобильный пользователь
 - 1.5.2. Мобильный веб и мобильные приложения
 - 1.5.3. Действия мобильного маркетинга
- 1.6. Реклама в онлайн-среде
 - 1.6.1. Реклама в социальных сетях и цели социальной рекламы
 - 1.6.2. Воронка продаж: категории
 - 1.6.3. Социальные рекламные платформы



- 1.7. Методология входящего маркетинга
 - 1.7.1. Социальные продажи, фундаментальные основы и стратегия
 - 1.7.2. CRM-платформа в цифровой стратегии
 - 1.7.3. Входящий маркетинг или маркетинг привлечения: действия и SEO
- 1.8. Автоматизация маркетинга
 - 1.8.1. Маркетинг по электронной почте и типология электронной почты
 - 1.8.2. Автоматизация email-маркетинга, приложения, платформы и преимущества
 - 1.8.3. Появление ботов и чат-ботов в маркетинге: типология и платформы
- 1.9. Инструменты управления данными
 - 1.9.1. CRM в области цифровой стратегии, типологий и приложений, платформ и тенденций
 - 1.9.2. Большие данные: Большие данные, Business Analytics и Business Intelligence
 - 1.9.3. Большие данные, искусственный интеллект и наука о данных
- 1.10. Измерение рентабельности
 - 1.10.1. ROI: определение окупаемости инвестиций и ROI vs. ROAS
 - 1.10.2. Оптимизация ROI
 - 1.10.3. Ключевые показатели

“

Лучшее содержание для самых амбициозных студентов”

05

Методика обучения

TECH – первый в мире университет, объединивший метод *кейс-стади* с *Relearning*, системой 100% онлайн-обучения, основанной на направленном повторении.

Эта инновационная педагогическая стратегия была разработана для того, чтобы предложить профессионалам возможность обновлять свои знания и развивать навыки интенсивным и эффективным способом. Модель обучения, которая ставит студента в центр учебного процесса и отводит ему ведущую роль, адаптируясь к его потребностям и оставляя в стороне более традиционные методологии.



“

ТЕСН подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Студент — приоритет всех программ ТЕСН

В методике обучения ТЕСН студент является абсолютным действующим лицом. Педагогические инструменты каждой программы были подобраны с учетом требований к времени, доступности и академической строгости, которые предъявляют современные студенты и наиболее конкурентоспособные рабочие места на рынке.

В асинхронной образовательной модели ТЕСН студенты сами выбирают время, которое они выделяют на обучение, как они решат выстроить свой распорядок дня, и все это — с удобством на любом электронном устройстве, которое они предпочитают. Студентам не нужно посещать очные занятия, на которых они зачастую не могут присутствовать. Учебные занятия будут проходить в удобное для них время. Вы всегда можете решить, когда и где учиться.

“

В ТЕСН у вас НЕ будет занятий в реальном времени, на которых вы зачастую не можете присутствовать”



Самые обширные учебные планы на международном уровне

TECH характеризуется тем, что предлагает наиболее обширные академические планы в университетской среде. Эта комплексность достигается за счет создания учебных планов, которые охватывают не только основные знания, но и самые последние инновации в каждой области.

Благодаря постоянному обновлению эти программы позволяют студентам быть в курсе изменений на рынке и приобретать навыки, наиболее востребованные работодателями. Таким образом, те, кто проходит обучение в TECH, получают комплексную подготовку, которая дает им значительное конкурентное преимущество для продвижения по карьерной лестнице.

Более того, студенты могут учиться с любого устройства: компьютера, планшета или смартфона.

“

Модель TECH является асинхронной, поэтому вы можете изучать материал на своем компьютере, планшете или смартфоне в любом месте, в любое время и в удобном для вас темпе”

Case studies или метод кейсов

Метод кейсов является наиболее распространенной системой обучения в лучших бизнес-школах мира. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты юридических факультетов не просто изучали законы на основе теоретических материалов, он также имел цель представить им реальные сложные ситуации. Таким образом, они могли принимать взвешенные решения и выносить обоснованные суждения о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

При такой модели обучения студент сам формирует свою профессиональную компетенцию с помощью таких стратегий, как *обучение действием* (learning by doing) или *дизайн-мышление* (design thinking), используемых такими известными учебными заведениями, как Йель или Стэнфорд.

Этот метод, ориентированный на действия, будет применяться на протяжении всего академического курса, который студент проходит в TECH. Таким образом, они будут сталкиваться с множеством реальных ситуаций и должны будут интегрировать знания, проводить исследования, аргументировать и защищать свои идеи и решения. Все это делается для того, чтобы ответить на вопрос, как бы они поступили, столкнувшись с конкретными сложными событиями в своей повседневной работе.



Метод *Relearning*

В ТЕСН метод кейсов дополняется лучшим методом онлайн-обучения – *Relearning*.

Этот метод отличается от традиционных методик обучения, ставя студента в центр обучения и предоставляя ему лучшее содержание в различных форматах. Таким образом, студент может пересматривать и повторять ключевые концепции каждого предмета и учиться применять их в реальной среде.

Кроме того, согласно многочисленным научным исследованиям, повторение является лучшим способом усвоения знаний. Поэтому в ТЕСН каждое ключевое понятие повторяется от 8 до 16 раз в рамках одного занятия, представленного в разных форматах, чтобы гарантировать полное закрепление знаний в процессе обучения.

Метод Relearning позволит тебе учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, глубже вовлекаясь в свою специализацию, развивая критическое мышление, умение аргументировать и сопоставлять мнения – прямой путь к успеху.



Виртуальный кампус на 100% в онлайн-формате с лучшими учебными ресурсами

Для эффективного применения своей методики ТЕСН предоставляет студентам учебные материалы в различных форматах: тексты, интерактивные видео, иллюстрации, карты знаний и др. Все они разработаны квалифицированными преподавателями, которые в своей работе уделяют особое внимание сочетанию реальных случаев с решением сложных ситуаций с помощью симуляции, изучению контекстов, применимых к каждой профессиональной сфере, и обучению на основе повторения, с помощью аудио, презентаций, анимации, изображений и т.д.

Последние научные данные в области нейронаук указывают на важность учета места и контекста, в котором происходит доступ к материалам, перед началом нового процесса обучения. Возможность индивидуальной настройки этих параметров помогает людям лучше запоминать и сохранять знания в гиппокампе для долгосрочного хранения. Речь идет о модели, называемой *нейрокогнитивным контекстно-зависимым электронным обучением*, которая сознательно применяется в данной университетской программе.

Кроме того, для максимального содействия взаимодействию между наставником и студентом предоставляется широкий спектр возможностей для общения как в реальном времени, так и в отложенном (внутренняя система обмена сообщениями, форумы для обсуждений, служба телефонной поддержки, электронная почта для связи с техническим отделом, чат и видеоконференции).

Этот полноценный Виртуальный кампус также позволит студентам ТЕСН организовывать свое учебное расписание в соответствии с личной доступностью или рабочими обязательствами. Таким образом, студенты смогут полностью контролировать академические материалы и учебные инструменты, необходимые для быстрого профессионального развития.



Онлайн-режим обучения на этой программе позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптировав его к своему расписанию”

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Студенты, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.

Методика университета, получившая самую высокую оценку среди своих студентов

Результаты этой инновационной академической модели подтверждаются высокими уровнями общей удовлетворенности выпускников ТЕСН.

Студенты оценивают качество преподавания, качество материалов, структуру и цели курса на отлично. Неудивительно, что учебное заведение стало лучшим университетом по оценке студентов на платформе отзывов Trustpilot, получив 4,9 балла из 5.

Благодаря тому, что ТЕСН идет в ногу с передовыми технологиями и педагогикой, вы можете получить доступ к учебным материалам с любого устройства с подключением к Интернету (компьютера, планшета или смартфона).

Вы сможете учиться, пользуясь преимуществами доступа к симулированным образовательным средам и модели обучения через наблюдение, то есть учиться у эксперта (learning from an expert).



Таким образом, в этой программе будут доступны лучшие учебные материалы, подготовленные с большой тщательностью:



Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными. Затем эти материалы переносятся в аудиовизуальный формат, на основе которого строится наш способ работы в интернете, с использованием новейших технологий, позволяющих нам предложить вам отличное качество каждого из источников, предоставленных к вашим услугам.



Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



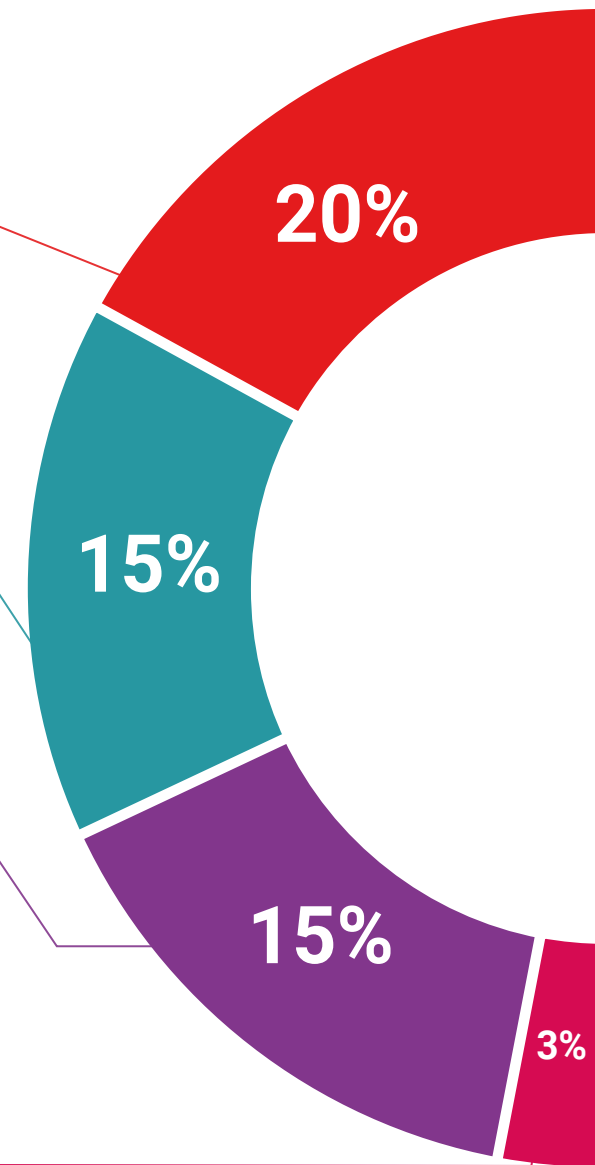
Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной форме для воспроизведения на мультимедийных устройствах, которые включают аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний. Эта эксклюзивная образовательная система для презентации мультимедийного содержания была награждена Microsoft как "Кейс успеха в Европе".



Дополнительная литература

Последние статьи, консенсусные документы, международные рекомендации... В нашей виртуальной библиотеке вы получите доступ ко всему, что необходимо для прохождения обучения.





Кейс-стади

Студенты завершат выборку лучших кейс-стади по предмету. Кейсы представлены, проанализированы и преподаются ведущими специалистами на международной арене.



Тестирование и повторное тестирование

Мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания на протяжении всей программы. Мы делаем это на 3 из 4 уровней пирамиды Миллера.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны. Так называемый метод обучения у эксперта (learning from an expert) укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в ваших будущих сложных решениях.



Краткие справочные руководства

TECH предлагает наиболее актуальные материалы курса в виде карточек или кратких справочных руководств. Это сжатый, практичный и эффективный способ помочь студенту продвигаться в обучении.



06

Квалификация

Университетский курс в области стратегии цифрового маркетинга гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Университетского курса, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

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

Данный **Университетский курс в области стратегии цифрового маркетинга** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Университетского курса**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Университетский курс в области стратегии цифрового маркетинга**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 недель**



*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.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический университет

Университетский курс

Стратегия цифрового маркетинга

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 недель
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Университетский курс

Стратегия цифрового маркетинга