

Postgraduate Certificate Informative Company





Postgraduate Certificate Informative Company

- » Modality: online
- » Duration: 6 weeks
- » Certificate: TECH Technological University
- » Dedication: 16h/week
- » Schedule: at your own pace
- » Exams: online

Website: www.techtitute.com/in/journalism-communication/postgraduate-certificate/informative-company

Index

01

Introduction

p. 4

02

Objectives

p. 8

03

Structure and Content

p. 12

04

Methodology

p. 16

05

Certificate

p. 24

01

Introduction

The objective of the program is for students to learn about the organization of journalistic companies and to enter into the economic-business framework of these entities. This program is designed to specialize journalism professionals in this field and to promote the most current domain, techniques and trends.





“

*Become an excellent journalist and learn
how to tell what is happening in the world”*

Journalism studies are one of the most demanded in all universities, since this profession has a great influence on the population and has gained a great prominence since its beginnings. Journalism encompasses different branches: social, cultural, economic, sports, international, events, conflicts, etc. This makes it necessary for professionals in this field to specialize in order to tell stories in the most appropriate way in each case.

Additionally, the transmission of information can be carried out through different media. Specifically, this program aims to specialize students in Informative Company. To do so, it is necessary to acquire a series of skills that allow you to put into practice all that has been learned.

The syllabus focuses on the evolution and organization of the news company, product marketing, income and expenses, business plan, news marketing, broadcasting and audiences, human resources and business management, among other issues.

This program is the most complete and directed so that the professionals in the field of Journalism and Communication reach a higher level of performance, based on the fundamentals and the latest trends in Informative Company Journalism. Take advantage of the opportunity and become a professional with solid foundations through this program and the latest educational technology 100% online.

This **Postgraduate Certificate in Informative Company** contains the most complete and up-to-date program on the market. The most important features include:

- ♦ Development of practical cases presented by experts in Informative Company
- ♦ The graphic, schematic, and practical contents with which they are created provide scientific and practical information on the disciplines that are essential for professional practice
- ♦ Practical exercises where self-assessment can be used to improve learning.
- ♦ Special emphasis on innovative methodologies in Informative Company.
- ♦ Algorithm-based interactive learning system for decision-making in the situations that are presented to the student
- ♦ Theoretical lessons, questions to the expert, debate forums on controversial topics, and individual reflection assignments
- ♦ Content that is accessible from any fixed or portable device with an Internet connection



This program will allow you to improve your skills and become a successful journalist”

“ *This Postgraduate program is the perfect way to complement your knowledge in Informative Company*”

Don't miss the opportunity to increase your skills in Informative Company.

Join our community of students and acquire the most advanced knowledge in your career.

Its teaching staff includes professionals belonging to the world of journalism, who bring to this program the experience of their work, as well as recognized specialists from prestigious reference societies and universities.

Its multimedia content, developed with the latest educational technology, will enable the professionals to contextual and situated learning, i.e., a simulated environment that will provide immersive learning programmed to prepare in real situations.

This program is designed around Problem-Based Learning, whereby the professional must try to solve the different professional practice situations that arise throughout the program. To do so, the professional will be assisted by an innovative interactive video system created by renowned and experienced experts in the field of Informative Companies.



02 Objectives

This program is oriented towards the Journalism professionals, so that they can acquire the necessary tools to develop in this specific field, knowing the latest trends and delving into those topics that make up the forefront of this field.





“

The Postgraduate Certificate in Informative Company will allow you to increase your skills in this field”



General Objective

- ♦ Identify the functions and strategies deployed by organizations to be present in the media or to favor better communication with their customers, suppliers and employees



Enroll in the best Postgraduate Certificate in Informative Company of the current university scenario"





Specific Objectives

- Understand the theories of advertising, marketing, public relations and corporate communication
- Understand the necessary mechanisms, at the organizational level, to develop the different aspects of a communication company and its performance in a globalized context
- Understand the types of media companies that exist
- Know how an Informative Company is structured

03

Structure and Content

The structure of the contents has been designed by a team of professionals in journalism, aware of the relevance in the current events, relevance of education, in order to delve into the area of knowledge and perform professional quality work through the new tools available.



“

We have the most complete and up-to-date program on the market. We strive for excellence and for you to achieve it too"

Module 1. Informative Company

- 1.1. Concept and Evolution of Informative Company
 - 1.1.1. What is the Informative Company?
 - 1.1.2. Characteristics of the Journalistic Company
 - 1.1.3. Types of Informative Company
- 1.2. Organization of the Informative Company
 - 1.2.1. Introduction
 - 1.2.2. What is Organizing a Company?
 - 1.2.3. How is an Informative Company Structured?
 - 1.2.4. Models of Organizational Structures
- 1.3. Multimedia Structure of the Informative Company
 - 1.3.1. Introduction
 - 1.3.2. Multimedia Structure of the Informative Company
 - 1.3.3. From the Information Company to the Multimedia Conglomerate
 - 1.3.4. Media Concentration: Causes and Consequences
 - 1.3.5. Large Media Groups
- 1.4. Marketing of the Information Company's Product
 - 1.4.1. Introduction
 - 1.4.2. Characteristics of Marketing in the Informative Company
 - 1.4.3. Marketing According to Distribution Channel
 - 1.4.4. Marketing in the Digital Company
- 1.5. Revenues and Expenses in the Informative Company
 - 1.5.1. Introduction
 - 1.5.2. The Informative Company in the Economic Environment
 - 1.5.3. Production Cycle in the Informative Company
 - 1.5.4. Economic Structure of the Informative Company
- 1.6. The Informative Company Plan
 - 1.6.1. Introduction
 - 1.6.2. Circumstances of Entrepreneurship and Self-Employment in the Informative Market
 - 1.6.3. The Creation of an Informative Company
 - 1.6.4. The Plan of an Informative Company
 - 1.6.5. Mercantile Possibilities of the Informative Company
- 1.7. Information Marketing and Strategic Planning
 - 1.7.1. Introduction
 - 1.7.2. What is Marketing?
 - 1.7.3. Operational Marketing
 - 1.7.4. The 4 Ps of Marketing
- 1.8. Distribution and Promotion of the Information Product
 - 1.8.1. Introduction
 - 1.8.2. Distribution
 - 1.8.3. Promotion of Information Products: Sales Promotion and Advertising Promotion
- 1.9. Information Dissemination and Audiences
 - 1.9.1. Introduction
 - 1.9.2. What Do We Mean by Information Dissemination?
 - 1.9.3. What Is The Purpose Of Informative Dissemination?
 - 1.9.4. Indicators Of Dissemination and Audience
- 1.10. Human Resources and Business Management
 - 1.10.1. Introduction
 - 1.10.2. The Responsibility of the Reporting Company in Personnel Management
 - 1.10.3. Work Motivation
 - 1.10.4. The Management of the Informative Company

Wap-bap, ba-da-di-tia-ua

Gesch treffe ich Bianca Heinicke, besser bekannt als Bibi H., was ich normalerweise locker hinterfragen würde, hätte ich nicht den Fehler gemacht, meinen Töchtern davon zu erzählen. Ich gebe zu, ich wollte etwas anregen, als ich beim Abendessen sagte: „Übermorgen treffe ich Bibi.“ Das hab ich jetzt davon. Jetzt begleiten mich die Autogrammwünsche und unangenehmen Erwartungen von zwei hübschen Berliner Schulknaben. Leistungsdruck, verdammt.

VON KATHRIN SPÖRR

Bibi ist nicht mehr so ganz meine Alters- und ich bin nicht ihre Zielgruppe. Ihre Zielgruppe sind Mädchen ab zehn bis vierzehn Jahren. Wo die Zielgruppe endet, hängt sehr von einzelnen Mädchen und seiner Bereitschaft ab, Mädchen bitten zu wollen. Einige finden sich schon mit elf zu alt für Bibi, andere immer noch so alt wie Bibi selbst, aber immer noch klein genug für sie.

Wap-bap, ba-da-di-tia-ua. Nicht wundern über dieses „Wap-bap“. So heißt der neue Song von Bibi. Es ist schwarz, bis aus dem Kopf zu kriegen, wie er einmal drin ist, in dem Song geht es um nicht viel. Um ein Mädchen, das gerade Pech hat, was aber nicht den Griff kriegt. Der Song kam vor einer Woche raus, und es gab Riesengemeckere deswegen. Außerdem riss er alle erdenklichen Rekorde: Das Gemecker ist der Grund, warum ich Bibi gleich treffe.

Sie werden dieses Lied wahrscheinlich nicht kennen, wenn Sie nicht zufällig minderjährige Töchter haben, oder andersrum: Wenn Sie minderjährige Töchter haben, werden Sie wahrscheinlich so weit dieses Song als auch Bibi kennen. Bibi vielleicht schon seit Jahren, wenn auch möglicherweise eher vom Waghörn, wie ich.

Waghörn ist die einzige Möglichkeit, wie Eltern die Vorlese ihrer Töchter für Bibi ausüben können. Bibi liest alle fünf Jahren den YouTube-Kanal „Bibis Beautyplace“. Mehrmals pro Woche stellt sie hier Videos ein, in denen es um nichts geht und um alles: Wie Bibi ein Kauf, verzeiht, wohnt, schläft und wieder aufsteht. Darum, wie sie gerade die Haare trägt, die Wimpern tragt, die Lippen,

Abseits der Aufmerksamkeit der Erwachsenen prägt Bibi H. seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song für Aufsehen. Ein Besuch

die Wangen, die was auch immer schminkt. (Ja handelt es sich um die hochkaristische Bespielung des Private Boss der Kunstfigur Bibi, die vielleicht in Wahrheit gar keine Kunstfigur, sondern wirklich so ist, wie sie sich darstellt, aber wer weiß das schon.)

Ihre Videos beginnen immer mit den gleichen Worten, nämlich mit „Hallo, meine Lieben“, herausgepipst mit einer zu den Worten passgenauen Stimme. Vieelmehr als diese drei Worte kriegt es bisher selten von Bibi mit, weil ich meine Kinder dann stets sofort und sehr deutlich „aufordere“. Bitte. Hör die Schwachheiten in euren Zimmern.“

Letzte Woche kam dann Bibis Song heraus, seitdem interessieren sich auch Menschen jenseits der elf für Bibi. Der vollständige Titel ihres Liedes lautet: „How it is (Wap-bap...)“. Er brach mehrere Rekorde.

Und nun trete Bibi da, und sofort tut es mir leid, dass ich ihrerwegen bereits das Wort Schwachmann in den Mund genommen habe. Bibi trägt etwas sehr eignes Schwarzes und sieht total hübsch wie Sie sagt: „Hallo, ich bin Bibi“, und ich erkenne den Sound in ihrer Stimme, und es ist völlig in Ordnung. Auf den Fußboden hockt Julian, Bibis Freund, der ab und zu lächelt und ansonsten mit seinem Handy beschäftigt ist. Wir gehen rüber zum Sofa und setzen uns nebeneinander, und trotz der „good vibrations“ kriege ich kurz einen heftigen Gähnerangriff, weil ich mich frage, über was ich mit Gertie Wilen so Minuten lang mit Bianca Heinicke reden soll! Über Schminktipp vielleicht oder über die lustigen Tricks (für die Eltern unter

und eine Art Streich) oder über die sehr Art, wie man sich an den niedlichen Nachbarn anmachen kann? Aber dann fällt mir gerade noch rechtzeitig ein, dass ich mich für meine Tochter jenseits fragen in mein Notizbuch geschrieben habe, und die werde ich Bibi jetzt stellen, obwohl es eigentlich keine einzige Frage auf dieser Welt geben dürfte, die Bibi nicht schon in irgendeiner beantwortet hat. Sie beantwortet jeden Tag in ihren Clips alle Fragen rund um ihr Leben, und zwar ohne dass jemand sie stellen würde. Wenn sich also jemand fragt, was Bibis Erfolgsgeheimnis ist, so lautet die Antwort: Genau das Reden über sich.

Ein paar Dingen: Bibi ist 24 Jahre alt. Ihren Kanal gibt es seit 2013, er hat 4,5 Millionen Abonnenten und bisher 148000000 Aufrufe. Sie ist die erfolgreichste deutsche Frau auf YouTube. Ob sie das spontane Feministin je ein Loblied auf sie gesungen hätte, hat hier also eine sehr junge Frau aus Köln im Paralleluniversum YouTube stell Karriere gemacht. Ihr Song wurde letzte Woche 9 Millionen mal bei YouTube abgerufen.

Wap-bap. 9 Millionen Mal! Das ist wahrscheinlich mehr, als die Beatles, die Stones und Abba zusammen auf YouTube erreicht haben. „Wap-bap“ ist ein schlichtes Lied mit einer einfachen kleinen Melodie. Sein Erfolg ist nicht leicht zu verstehen, aber es gefällt nun mal vielen Teenagern, was soll also das Gemecker?

Das Gemecker geht ungefähr so: Bibi ist peinlich. Bibi kann nicht singen. Bibi hat den Song geklaut. Alles Vorurteile, die vielleicht stimmen, vielleicht nicht. In Wahrheit geht es natürlich um etwas anderes: Es geht um Neid. Auf YouTube vielerlei noch mehr als im sonstigen Leben.

Das Gemecker hat, wie so oft, mehr Aufmerksamkeit auf sich gezogen als der Aufmerksamkeits auf sich gezogen als der Erfolg. Das Video schaffte es mit 10 Millionen Diälen in wenigen Tagen in den entsprechenden Top-Ten-Listen, und zwar weltweit – noch niemand in Deutschland hat etwas Ähnliches geschafft, vor allem nicht die deutlich weniger erfolgreiche deutsche YouTube-Konkurrenz, die seit Tagen verspricht, verschick auch ein bisschen von Bibis Erfolg zu profitieren. Folgerichtig hat Bibi Erfolg zu profitieren. Folgerichtig die Parolen des Liedes sind Millionen Klicks. „Frage haben mit gut gefallener“ sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass Bibi sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass auf Platz 1 der „List of most disliked YouTube Videos“ steht übrigens Justin

Bieber, auf Platz 9 Miley Cyrus. Bibi zog also ein Miley Cyrus vorbei auf Platz 6. Bibi vor Miley. Miley Cyrus ist Bibis Vorbild, und zwar schon immer. Das serviert Bibi mit jetzt, hier auf dem Sofa. Na ja, verraten klingt zwar gut, wenn ich an die Vermarktung des Gesangs spreche gegenüber meinen Töchtern, ist aber vielleicht ein bisschen übertrieben, denn sicherlich hat Bibi das mit Miley Cyrus auch schon x-mal erzählt. Was ich sagen will, ist eigentlich nur das: Es gibt keinen besonderen Grund, sich für Platz sechs auf dieser Liste zu schämen.

Auch darum: Es ist geldtechnisch völlig banale, ob jemand ein Video gern anschaut oder ob ihn beim Anschauen überhört. Der Klick ist eine wertfreie Rechenschaft. Es gibt für Bibi also nicht nur keinen Grund, sich zu ärgern, sondern Millionen Gründe, sich zu freuen. Angeblich kriegen YouTuber pro 1000 Klicks bis zu 10 Euro von YouTube, was Bibi weder bestätigt noch abstreift, sondern gar nicht kommentiert, weil sie (und in Einigkeit unter den sonst so unmissbaren YouTubern) der Einfachheit halber überhaupt nicht über Geld spricht. Und warum sollte sie auch?

Wie Bibi so das sitzt und nur ihrem stillen Mund entweder redet oder lacht oder beides gleichzeitig macht, wissen natürlich alle hier im Raum, ihr Manager, ihr Freund, der Fotograf, sie und ich, dass ihr Gesicht, ihr Lachen, ihr Kanal und auch ihr „Hallo, meine Lieben“ eine einzige Projektion für Marketing und Produktvertrieb ist. Was immer Bibi hier lobt und anpreist oder auch nur in der Kamera hält, kommt in Millionen Kinderzimmer an und Kinder sind eben nicht nur Fans von Bibi, sondern auch Kunden.

Lang Wap-bap, ba-da-di-tia-ua. Wenn ich also meine Kinder in ihre Zimmer schicke, um ihnen Clips zu schauen, tue ich Bibi in Wahrheit einen Gefallen. Und darum tut Bibi mir jetzt auch einen. Sie schreibt eine lange Liste Autogramme für meine Kinder und ihre Freunde.

Auf dem Weg nach Hause: Auf meinem Sofa und setzen uns nebeneinander, und trotz der „good vibrations“ kriege ich kurz einen heftigen Gähnerangriff, weil ich mich frage, über was ich mit Gertie Wilen so Minuten lang mit Bianca Heinicke reden soll! Über Schminktipp vielleicht oder über die lustigen Tricks (für die Eltern unter

Will es, was er... chromatinen finden, und... we... Will, sondern... haben an sich. In der... Geist... NICK sagte: Hey, god... schick.“ Eine halbe Minute... klärte er seinen... beendet, aber er sagte: „A... show über Frank... und P... tibility ist nicht dabei.“
Aber es gibt auch... mens im Leben... unsere... fragen um... Beispiel kann er in... ro und setzte sich... auf den... so und, ohne die... Zeitschriften... Post... rückernehmen... Er... merkwürdig... erhöht vor mir... und... te mich, was es mit... der... 1000... Theorie auf sich... hätte... kein... Film habe... im... Schallbox... davon... sprach und er... frage sich... es... wirklich... stimmt, denn... kann... hat... wird. Der... Klick... ist... eine... wertfreie... Rechenschaft... chenschaft... Es gibt für Bibi... also... nicht... nur... keinen... Grund... sich... zu... ärgern... sondern... Millionen... Gründe... sich... zu... freuen... Angeblich... kriegen... YouTuber... pro... 1000... Klicks... bis... zu... 10... Euro... von... YouTube... was... Bibi... weder... bestätigt... noch... abstreift... sondern... gar... nicht... kommentiert... weil... sie... (und... in... Einigkeit... unter... den... sonst... so... unmissbaren... YouTubern)... der... Einfachheit... halber... überhaupt... nicht... über... Geld... spricht... Und... warum... sollte... sie... auch?... Wie... Bibi... so... das... sitzt... und... nur... ihrem... stillen... Mund... entweder... redet... oder... lacht... oder... beides... gleichzeitig... macht... wissen... natürlich... alle... hier... im... Raum... ihr... Manager... ihr... Freund... der... Fotograf... sie... und... ich... dass... ihr... Gesicht... ihr... Lachen... ihr... Kanal... und... auch... ihr... „Hallo... meine... Lieben“... eine... einzige... Projektion... für... Marketing... und... Produktvertrieb... ist... Was... immer... Bibi... hier... lobt... und... anpreist... oder... auch... nur... in... der... Kamera... hält... kommt... in... Millionen... Kinder... zimmer... an... und... Kinder... sind... eben... nicht... nur... Fans... von... Bibi... sondern... auch... Kunden... Lang... Wap-bap... ba-da-di-tia-ua... Wenn... ich... also... meine... Kinder... in... ihre... Zimmer... schicke... um... ihnen... Clips... zu... schauen... tue... ich... Bibi... in... Wahrheit... einen... Gefallen... Und... darum... tut... Bibi... mir... jetzt... auch... einen... Sie... schreibt... eine... lange... Liste... Autogramme... für... meine... Kinder... und... ihre... Freunde... Auf... dem... Weg... nach... Hause... Auf... meinem... Sofa... und... setzen... uns... nebeneinander... und... trotz... der... „good... vibrations“... kriege... ich... kurz... einen... heftigen... Gähnerangriff... weil... ich... mich... frage... über... was... ich... mit... Gertie... Wilen... so... Minuten... lang... mit... Bianca... Heinicke... reden... soll!... Über... Schminktipp... vielleicht... oder... über... die... lustigen... Tricks... (für... die... Eltern... unter



A unique, key, and decisive experience to boost your professional development”

... (left margin text, partially cut off)

04

Methodology

This academic program offers students a different way of learning. Our methodology uses a cyclical learning approach: **Relearning**.

This teaching system is used, for example, in the most prestigious medical schools in the world, and major publications such as the **New England Journal of Medicine** have considered it to be one of the most effective.



“

Discover Relearning, a system that abandons conventional linear learning, to take you through cyclical teaching systems: a way of learning that has proven to be extremely effective, especially in subjects that require memorization"

Case Study to contextualize all content

Our program offers a revolutionary approach to developing skills and knowledge. Our goal is to strengthen skills in a changing, competitive, and highly demanding environment.

“

At TECH, you will experience a learning methodology that is shaking the foundations of traditional universities around the world”



You will have access to a learning system based on repetition, with natural and progressive teaching throughout the entire syllabus.



The student will learn, through collaborative activities and real cases, how to solve complex situations in real business environments.

A learning method that is different and innovative

This TECH program is an intensive educational program, created from scratch, which presents the most demanding challenges and decisions in this field, both nationally and internationally. This methodology promotes personal and professional growth, representing a significant step towards success. The case method, a technique that lays the foundation for this content, ensures that the most current economic, social and professional reality is taken into account.

“ *Our program prepares you to face new challenges in uncertain environments and achieve success in your career”*

The case method has been the most widely used learning system among the world's leading business schools for as long as they have existed. The case method was developed in 1912 so that law students would not only learn the law based on theoretical content. It consisted of presenting students with real-life, complex situations for them to make informed decisions and value judgments on how to resolve them. In 1924, Harvard adopted it as a standard teaching method.

What should a professional do in a given situation? This is the question we face in the case method, an action-oriented learning method. Throughout the program, the studies will be presented with multiple real cases. They will have to combine all their knowledge and research, and argue and defend their ideas and decisions.

Relearning Methodology

TECH effectively combines the Case Study methodology with a 100% online learning system based on repetition, which combines 8 different teaching elements in each lesson.

We enhance the Case Study with the best 100% online teaching method: Relearning.

In 2019, we obtained the best learning results of all online universities in the world.

At TECH, you will learn using a cutting-edge methodology designed to train the executives of the future. This method, at the forefront of international teaching, is called Relearning.

Our university is the only one in the world authorized to employ this successful method. In 2019, we managed to improve our students' overall satisfaction levels (teaching quality, quality of materials, course structure, objectives...) based on the best online university indicators.



In our program, learning is not a linear process, but rather a spiral (learn, unlearn, forget, and re-learn). Therefore, we combine each of these elements concentrically.

This methodology has trained more than 650,000 university graduates with unprecedented success in fields as diverse as biochemistry, genetics, surgery, international law, management skills, sports science, philosophy, law, engineering, journalism, history, and financial markets and instruments. All this in a highly demanding environment, where the students have a strong socio-economic profile and an average age of 43.5 years.

Relearning will allow you to learn with less effort and better performance, involving you more in your specialization, developing a critical mindset, defending arguments, and contrasting opinions: a direct equation to success.

From the latest scientific evidence in the field of neuroscience, not only do we know how to organize information, ideas, images and memories, but we know that the place and context where we have learned something is fundamental for us to be able to remember it and store it in the hippocampus, to retain it in our long-term memory.

In this way, and in what is called neurocognitive context-dependent e-learning, the different elements in our program are connected to the context where the individual carries out their professional activity.



This program offers the best educational material, prepared with professionals in mind:



Study Material

All teaching material is produced by the specialists who teach the course, specifically for the course, so that the teaching content is highly specific and precise.

These contents are then applied to the audiovisual format, to create the TECH online working method. All this, with the latest techniques that offer high quality pieces in each and every one of the materials that are made available to the student.



Classes

There is scientific evidence suggesting that observing third-party experts can be useful.

Learning from an Expert strengthens knowledge and memory, and generates confidence in future difficult decisions.



Practising Skills and Abilities

They will carry out activities to develop specific skills and abilities in each subject area. Exercises and activities to acquire and develop the skills and abilities that a specialist needs to develop in the context of the globalization that we are experiencing.



Additional Reading

Recent articles, consensus documents and international guidelines, among others. In TECH's virtual library, students will have access to everything they need to complete their course.





Case Studies

Students will complete a selection of the best case studies chosen specifically for this program. Cases that are presented, analyzed, and supervised by the best specialists in the world.



Interactive Summaries

The TECH team presents the contents attractively and dynamically in multimedia lessons that include audio, videos, images, diagrams, and concept maps in order to reinforce knowledge.

This exclusive educational system for presenting multimedia content was awarded by Microsoft as a "European Success Story".



Testing & Retesting

We periodically evaluate and re-evaluate students' knowledge throughout the program, through assessment and self-assessment activities and exercises, so that they can see how they are achieving their goals.



05

Certificate

The Postgraduate Certificate in Informative Company guarantees students, in addition to the most rigorous and up-to-date education, access to a Postgraduate Certificate issued by TECH Technological University.



“

Successfully complete this program and receive your Postgraduate Certificate without having to travel or fill out laborious paperwork”

This **Postgraduate Certificate in Informative Company** contains the most complete and up-to-date program on the market.

After the student has passed the assessments, they will receive their corresponding **Postgraduate Certificate** issued by **TECH Technological University** via tracked delivery*.

The certificate issued by **TECH Technological University** will reflect the qualification obtained in the Postgraduate Certificate, and meets the requirements commonly demanded by labor exchanges, competitive examinations and professional career evaluation committees.

Title: **Postgraduate Certificate in Informative Company**

Official N° of Hours: **150 h.**



*Apostille Convention. In the event that the student wishes to have their paper certificate issued with an apostille, TECH EDUCATION will make the necessary arrangements to obtain it, at an additional cost.

future
health confidence people
education information tutors
guarantee accreditation teaching
institutions technology learning
community commitment
personalized service innovation
knowledge present
development language
virtual classroom



Postgraduate Certificate Informative Company

- » Modality: online
- » Duration: 6 weeks
- » Certificate: TECH Technological University
- » Dedication: 16h/week
- » Schedule: at your own pace
- » Exams: online

Postgraduate Certificate Informative Company



Planning

A detail or a process of thinking and organizing step by step to achieve a desired goals

Ideas

Any thoughts, opinions, creation, suggestions or conception that is existing in the mind as to a possible cause of action.

Analysis

A process to examine something in detail in order to explain it as a basis of discussion or interpretation

Research

A systematic process to establish facts and discover new information.