

专科文凭

广告创意与宣传传播



**tech** 科学技术大学

## 专科文凭 广告创意与宣传传播

- » 模式:在线
- » 时长: 6个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

网页链接: [www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertisement-advertising-communication](http://www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertisement-advertising-communication)

# 目录

01

介绍

---

4

02

目标

---

8

03

课程管理

---

12

04

结构和内容

---

16

05

方法

---

22

06

学位

---

30

# 01 介绍

随着新技术的进步和互联网的使用,企业不得不探索新的方式来宣传自己的产品。因此,越来越多的机构需要创新型人才。从这个意义上说,传播专业人员面临的挑战是制定创造性的战略,以吸引消费者的注意力,并使自己从竞争对手中脱颖而出。在这种情况下,TECH提供了一种颠覆性的方案,为有效传递信息和确保广告活动的成功提供了关键。此外,100%的在线资源让学生只需一台支持互联网的设备就能舒适地学习课程。





“

通过 TECH, 你将掌握有效联系消费者的最佳创意策略”



广告业面临的主要挑战之一,就是在一个似乎一切都被发明出来的社会中如何实现创意。因此,各组织有必要实施旨在吸引用户兴趣和在竞争中脱颖而出的战略。有鉴于此,该领域的专家们肩负着通过能够说服消费者并给他们带来惊喜的技术进行创新的使命。

意识到这一现实,TECH 实施了创新的教学大纲,为学生开发成功的广告活动提供指导。为此,我们研究了广告和营销等领域最先进的技术。此外,还讨论了了解目标受众和分析目标受众数据以发现其需求或了解其行为方式的重要性。此外,还提供了基于情感叙述和醒目视觉内容的有影响力内容创作指南。它还深入探讨了在瞬息万变的数字环境中发展适当的个人品牌的步骤。

此外,这个课程的学术资源是由一批具有丰富专业经验的教师汇集而成的。由于他们的经验,他们为课程提供了最新的知识和最新的广告技术。

此外,这个大学学位采用 100% 在线教学方法,毕业生只需一台可上网的设备即可分析课程内容,从而轻松完成学业。同时,创新的 Relearning 教学系统也为课程提供了支持:这是一种通过持续和渐进的重复来掌握复杂概念的方法。同时,它在学习过程中引入了现实生活中的情境,这样就能自然而然地获得能力,而无需费力死记硬背。

这个**广告创意与宣传传播专科文凭**包含市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由广告创作和广告传播专家介绍案例研究的发展情况
- ◆ 这个课程的图形化、示意图和突出的实用性内容提供了关于那些对专业实践至关重要的学科的最新和实用信息
- ◆ 可以进行自我评价过程的实践练习,以提高学习效果
- ◆ 其特别强调创新方法
- ◆ 理论课、向专家提问、关于有争议问题的讨论区和这个反思性论文
- ◆ 可从任何连接互联网的固定或便携设备上访问内容

“

感谢这个课程,你将充分发挥自己的创造力,制作出创新的广告,在广告行业中脱颖而出”

“

通过这个课程,你将  
深入了解如何影响消  
费者的愿望和需求”

这个课程的教学人员包括来自这个行业的专业人士,他们将自己的工作经验带到了这一培训中,还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

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,提供一个身临其境的培训,为真实情况进行培训。

这个课程的设计重点是基于问题的学习,藉由这种学习,专业人员必须努力解决整个学年出现的不同的专业实践情况。为此,你将获得由知名专家制作的新型交互式视频系统的帮助。

有了 TECH,你将更深入地进行免  
费宣传,让品牌成为新闻。

感谢这个培训,你将了解创意研  
究的最新趋势。



# 02 目标

通过本 专科文凭课程, 学生将能够在广告中实施创意策略。因此, 毕业生将在市场上不断创新, 吸引更多用户的关注, 并在竞争中脱颖而出。为了实现这一目标, 广告专业的师资队伍为学术路径提供了支持。通过这种方式, 学生将有资格设计最前沿的传播计划, 在提供大量就业机会的行业中脱颖而出。







“

感谢 TECH, 你就能在广告中采用创意技术, 吸引和留住消费者”

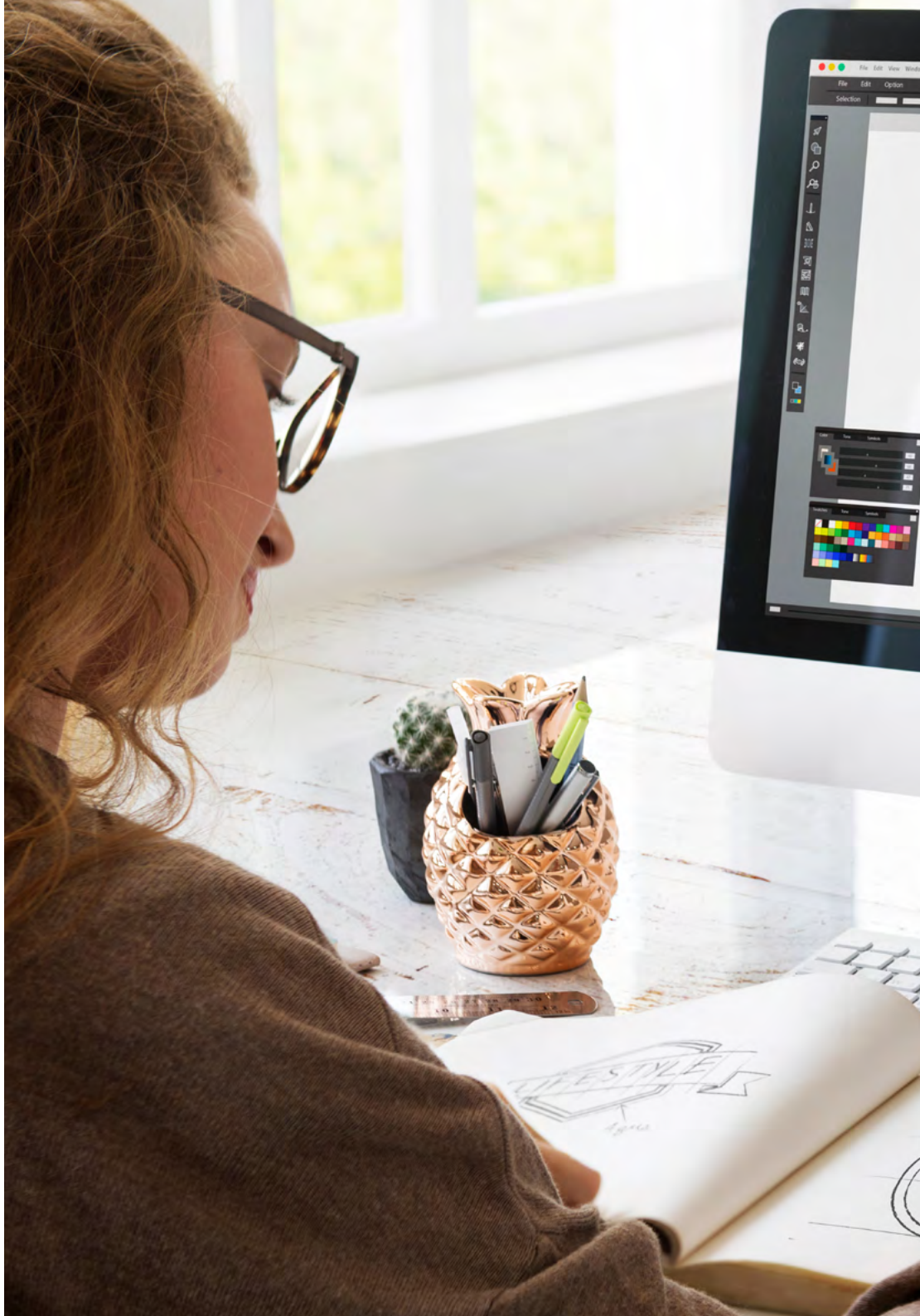


## 总体目标

- ◆ 深入了解具有商业传播价值的新项目
- ◆ 发展创造性沟通技能, 改善品牌与消费者之间的关系
- ◆ 展示创意作为 传播发展中的合作者的愿景
- ◆ 通过必要的技能, 使专业人员能够提高解决问题的能力, 发展基这个的专业能力
- ◆ 深入了解创意人员与其他 参与商业传播酝酿的人员之间的关系
- ◆ 展示和评估该领域专业人员现在和将来 会遇到的新趋势

“

你将通过 TECH 释  
放你的创造力, 领导  
最负盛名的公司开  
展成功的活动”







## 具体目标

### 模块 1. 如何制作广告

- ◆ 解释广告创意思维的运作方式及其战略意义
- ◆ 详细分析目标受众并在广告中运用 insight
- ◆ 了解广告信息的结构
- ◆ 探索传播创意的多样化空间
- ◆ 在尊重 品牌风格的同时, 强调艺术指导及其实施的重要性
- ◆ 创意研究的未来展望

### 模块 2. 如何创建品牌

- ◆ 分析心理广告模式
- ◆ 探索广告创意潮流
- ◆ 解释商标的重要性和实用性
- ◆ 解决品牌建设中的关键概念
- ◆ 介绍品牌建设的合理步骤
- ◆ 说明主张与口号之间的区别
- ◆ 分析媒体规划中的创意
- ◆ 发现当前的品牌背景

### 模块 3. 个人品牌与政治竞选

- ◆ 研究个人品牌的发展以及应用于政治竞选的策略
- ◆ 探索个人品牌的重要性以及如何创造性地推广个人品牌
- ◆ 深化个人品牌战略
- ◆ 解决创造性网络战略问题
- ◆ 学习策划政治活动
- ◆ 了解候选人的能力

# 03

## 课程管理

TECH 的主要目标之一是提供卓越的课程。因此，它将广告界最优秀的专业人士纳入了这一课程。因此，这个专科文凭拥有一支在该领域具有丰富工作经验的教师队伍。凭借他们的知识和技能，我们开发了教学资源，提供了在广告制作过程中促进创造力的最佳技术。







“

在 TECH, 你将在知名教师的帮助下拓宽知识面, 确保高效学习”



## 管理人员



### Labarta Vélez, Fernando 先生

- El Factor H 创意总监
- La Ibense 市场营销经理
- Beon Worldwide 活动创意总监
- Atrium Digital 和 Mettre 品牌内容 总监
- 南方传播集团、BSB 和 FCA BMZ Cid 创意总监
- 塞维利亚大学商业与机构交流管理硕士学位讲师
- 《如何打造品牌》一书的合著者。用户和管理手册





# 04

## 结构和内容

广告创意与宣传传播专科文凭课程由3个模块组成。因此,这种充满活力的课程设置可确保学生拓宽知识面,在专业领域实现质的飞跃。这样,毕业生就能掌握实施创造性行动的技能,从而吸引不同受众的兴趣。因此,他们有机会加入最负盛名的机构,领导成功的传播活动。





“

通过 TECH 课程,你将在通信领域应用创造性的流程,并加入最知名的公司”

## 模块 1. 如何制作广告

- 1.1. 广告创意人的思维方式
  - 1.1.1. 你是如何自然思考的
  - 1.1.2. 如何进行专业思考
  - 1.1.3. 结论
- 1.2. 锁定目标的战略重要性
  - 1.2.1. 基本动机
  - 1.2.2. 了解目标的好处
  - 1.2.3. 如何分析目标受众数据
  - 1.2.4. 广告洞察力
- 1.3. 信息的结构
  - 1.3.1. 传播轴
  - 1.3.2. 沟通的概念
  - 1.3.3. 传输方案
- 1.4. 在交流中进行创作
  - 1.4.1. 名称
  - 1.4.2. 标题
  - 1.4.3. 现场
  - 1.4.4. 广播节目
  - 1.4.5. 户外广告
  - 1.4.6. 其他
- 1.5. 艺术指导
  - 1.5.1. 有多少要素
  - 1.5.2. 尺寸等级
  - 1.5.3. 收到吗?
  - 1.5.4. 节约成本
  - 1.5.5. 品牌风格
  - 1.5.6. 显而易见
  - 1.5.7. 如果没有贡献, 等等
- 1.6. 创意技术
  - 1.6.1. 广告的关键
  - 1.6.2. 广告流派和风格
  - 1.6.3. 结论





- 1.7. 如何进行宣传
  - 1.7.1. 如何获得免费广告
  - 1.7.2. 如何让品牌进入新闻
  - 1.7.3. 结论
- 1.8. 数字创意
  - 1.8.1. 数字创意
  - 1.8.2. 数字广告
  - 1.8.3. 结论
- 1.9. 如何制作创意广告
  - 1.9.1. 引人注目的视觉概念
  - 1.9.2. 情感文字
  - 1.9.3. 惊喜
  - 1.9.4. 创造性的类型
  - 1.9.5. 测试和优化
- 1.10. 创造性研究的未来
  - 1.10.1. 人工智能
  - 1.10.2. 虚拟现实和增强现实
  - 1.10.3. 在线协作
  - 1.10.4. 数据驱动的研究

## 模块 2. 如何创建品牌

- 2.1. 心理广告模式
  - 2.1.1. Henry Joanis模型
  - 2.1.2. Fishbein模型
  - 2.1.3. Rosser Reeves模型
  - 2.1.4. David Ogilvy模型
- 2.2. 广告创意潮流
  - 2.2.1. 药典
  - 2.2.2. 品牌形象
  - 2.2.3. 永久价值观
  - 2.2.4. 展会广告
  - 2.2.5. 违反守则
  - 2.2.6. 内容的吸引力
- 2.3. 品牌的作用
  - 2.3.1. 公用事业
  - 2.3.2. 需求是如何产生的
  - 2.3.3. 徽标与品牌的区别
  - 2.3.4. 品牌的起源
  - 2.3.5. 品牌轮
  - 2.3.6. 品牌定位
  - 2.3.7. 品牌诞生
  - 2.3.8. 品牌, 区别
  - 2.3.9. 创意是奢侈品
- 2.4. 品牌建设的逻辑阶梯
  - 2.4.1. 名称
  - 2.4.2. 属性
  - 2.4.3. 益处
  - 2.4.4. 集团
  - 2.4.5. 发言人
  - 2.4.6. 角色
- 2.5. 主张和口号
  - 2.5.1. 主张与口号的区别
  - 2.5.2. 作为推销手段的说法和口号
  - 2.5.3. 创建内容的主张或口号
- 2.6. 创意战略
  - 2.6.1. 采用创意方法的广告战略
  - 2.6.2. 如何创造性地制定战略
  - 2.6.3. 广告和营销领域使用的创意策略
  - 2.6.4. 营销战略与广告战略的区别
- 2.7. 创意内容战略
  - 2.7.1. 用户生成内容
  - 2.7.2. 影响者营销
  - 2.7.3. 互动体验
  - 2.7.4. 有影响力的视觉内容
  - 2.7.5. 情感叙述
  - 2.7.6. 使用新的平台和格式

- 2.8. 媒体策划中的创意
  - 2.8.1. 媒体策划
  - 2.8.2. 创意媒体规划
  - 2.8.3. 出人意料的媒体策划实例
- 2.9. 广告内容类型
  - 2.9.1. 赞助内容
  - 2.9.2. 将品牌与宏观内容联系起来
  - 2.9.3. 创建基于视听内容的网站
  - 2.9.4. 为社交媒体创建
  - 2.9.5. 为移动设备创建
  - 2.9.6. 为电子游戏创作
  - 2.9.7. 创建互动内容
  - 2.9.8. 直接为品牌创建内容
- 2.10. 当前品牌背景
  - 2.10.1. 数字环境中的广告
  - 2.10.2. 客户体验
  - 2.10.3. 结论

### 模块 3. 个人品牌与政治竞选

- 3.1. 个人品牌建设
  - 3.1.1. 个人品牌轮
  - 3.1.2. 创造性地打造个人品牌
  - 3.1.3. 实例
- 3.2. 个人品牌发展
  - 3.2.1. 定位
  - 3.2.2. 讲故事
  - 3.2.3. 社交网络
  - 3.2.4. 广告和自我宣传
- 3.3. 创造性的网络战略
  - 3.3.1. 活动和会议
  - 3.3.2. 在线小组和社区
  - 3.3.3. 合作

- 3.4. 政治竞选指南
  - 3.4.1. 候选资格分析
  - 3.4.2. 背景分析
  - 3.4.3. 目标
- 3.5. 候选人培训
  - 3.5.1. 情绪智力
  - 3.5.2. 社会智能
  - 3.5.3. 态度、能力、视野、错误
- 3.6. 战略
  - 3.6.1. 活动基础
  - 3.6.2. 实现目标
  - 3.6.3. 日程
  - 3.6.4. 陪同人员
- 3.7. 品牌识别
  - 3.7.1. 索赔
  - 3.7.2. 图形图像
  - 3.7.3. 数字窗口
  - 3.7.4. 宣传
- 3.8. 工作人员
  - 3.8.1. 愿景
  - 3.8.2. 角色
  - 3.8.3. 实例
- 3.9. 项目模式
  - 3.9.1. 专题支柱
  - 3.9.2. 基本动力
  - 3.9.3. 实例
- 3.10. 动作
  - 3.10.1. 行为
  - 3.10.2. 潮汐
  - 3.10.3. 结论



“

通过 TECH 的再学习方法, 你可以快速灵活地学习这个课程的内容。不要再等了, 赶快报名吧!



# 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: **Re-learning**。

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 Re-learning, 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。

## Re-learning 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: Re-learning。

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 Re-learning。

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。

Re-learning 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。



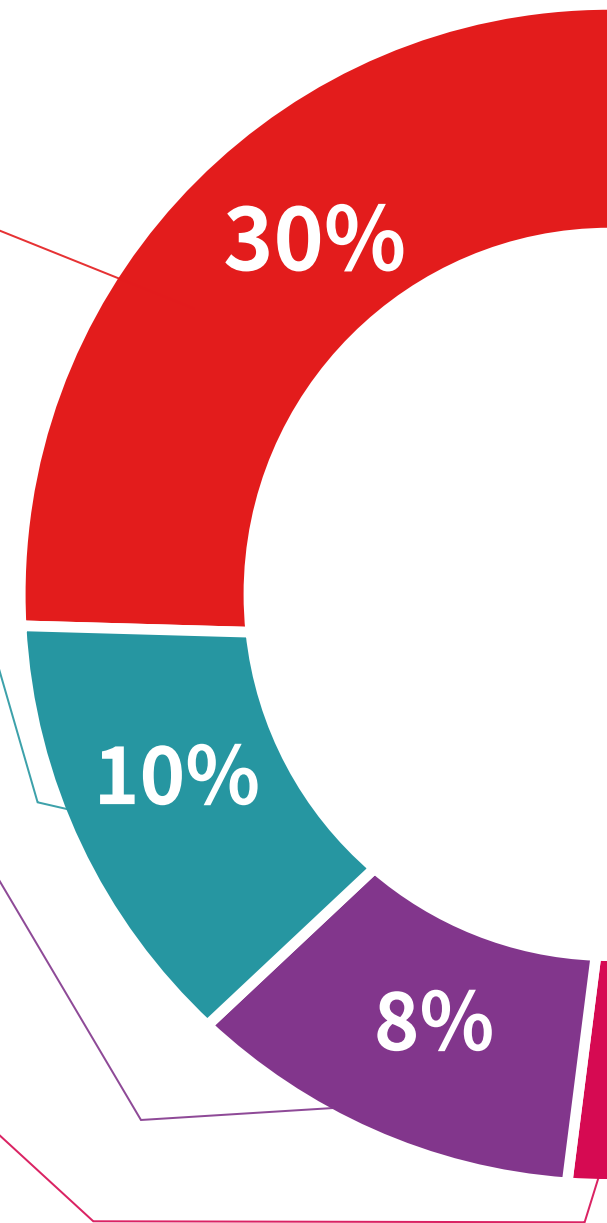
### 技能和能力的实践

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。

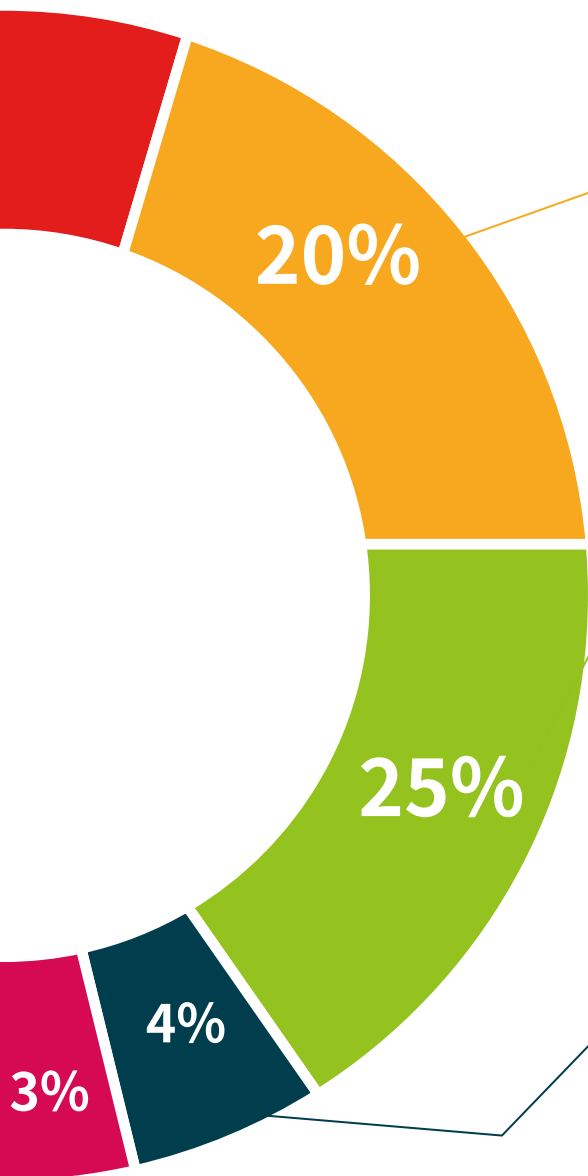


### 延伸阅读

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

广告创意与宣传传播专科文凭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。



“

顺利完成这个课程并  
获得大学学位, 无需旅  
行或通过繁琐的程序”

这个**广告创意与宣传传播专科文凭**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: **广告创意与宣传传播专科文凭**

模式: **在线**

时长: **6个月**





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 机构

**tech** 科学技术大学

专科文凭  
广告创意与宣传传播

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学位:TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

专科文凭

广告创意与宣传传播

