

Курс профессиональной подготовки

Создание рекламных объявлений и рекламная коммуникация



Курс профессиональной подготовки

Создание рекламных объявлений и рекламная коммуникация

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

Веб-доступ: www.techtute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertisement-advertising-communication

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 16

05

Методология

стр. 22

06

Квалификация

стр. 30

01

Презентация

С развитием новых технологий и использованием Интернета компании вынуждены искать новые способы заявить о своей продукции. В результате все больше учреждений приглашают работников с инновационным видением. В этом смысле перед специалистами по коммуникациям стоит задача разработать креативные стратегии, чтобы привлечь внимание потребителей и выделиться на фоне конкурентов. ТЕСН предлагает инновационную программу, которая дает ключи к эффективной передаче сообщений и гарантирует успех рекламных кампаний. Кроме того, 100% онлайн-ресурсы позволяют студентам проходить курс с комфортом, имея лишь устройство с доступом в Интернет.





“

*С TECH вы освоите лучшие
креативные стратегии для
эффективного взаимодействия
с потребителями”*

Одна из главных задач рекламы – добиться креативности в обществе, где, кажется, все уже изобретено. Поэтому компаниям необходимо внедрять стратегии, направленные на привлечение интереса пользователей и выделение себя среди конкурентов. Учитывая все это, специалисты в данной сфере призваны внедрять инновации, используя методы, способные убедить и удивить потребителей.

TECH внедрил инновационный учебный план, который служит для студентов руководством по разработке успешных рекламных кампаний. В курсе применяются самые передовые методы в таких областях, как реклама и маркетинг. Также обсуждается важность знания цели и анализа данных о целевой аудитории для выявления ее потребностей или понимания того, как она действует. Даны рекомендации по созданию впечатляющего контента, основанного как на эмоциональных повествованиях, так и на привлекающем внимание визуальном контенте. В программе также рассматриваются шаги по разработке подходящего личного бренда в постоянно меняющейся цифровой среде.

Учебные материалы этой программы были собраны группой преподавателей с большим профессиональным опытом. Благодаря своему опыту они привносят в учебный план самые актуальные знания и новейшие рекламные технологии.

Программа обучения имеет 100% онлайн-методику, благодаря которой студентам будет удобно проходить обучение, ведь для анализа ее содержания им понадобится только устройство с доступом в Интернет. Учебный план поддерживается инновационной системой обучения *Relearning*: это метод, который обеспечивает освоение сложных концепций путем непрерывного и постепенного повторения. В процесс обучения вводятся реальные жизненные ситуации, благодаря чему знания приобретаются естественным образом, без лишних усилий по запоминанию.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области создания рекламных объявлений и рекламной коммуникации** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области создания рекламы и рекламной коммуникации
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание программы предоставляет актуальную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Благодаря этой программе вы сможете максимально использовать свой творческий потенциал и создавать инновационные объявления, чтобы выделиться в рекламной индустрии”

“

В рамках этой программы вы узнаете, как влиять на желания и потребности потребителей”

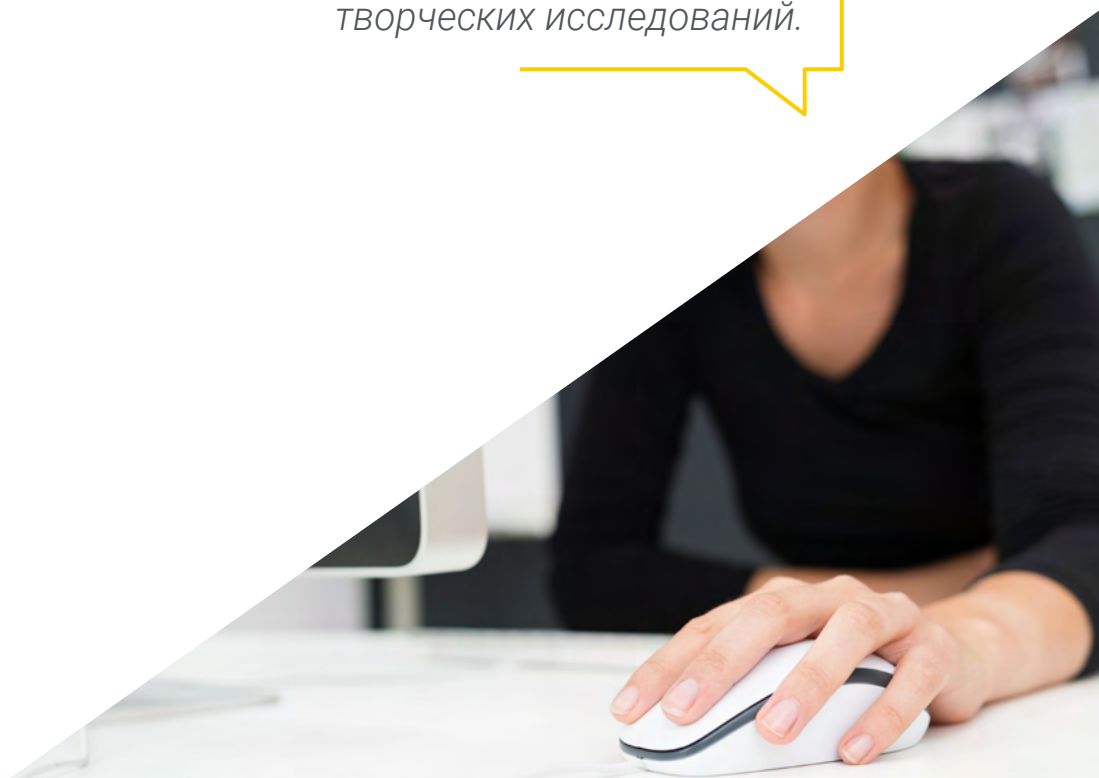
В преподавательский состав программы входят профессионалы из данного сектора, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

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.

С помощью TECH вы углубитесь в тему бесплатной рекламы и заставите бренды стать новостью.

Благодаря этому обучению вы будете в курсе новых тенденций в области творческих исследований.



02

Цели

Благодаря этому Курсу профессиональной подготовки студенты смогут реализовать креативные стратегии в рекламе. Таким образом, они смогут внедрять инновации в данной сфере, чтобы привлечь больше внимания пользователей, и смогут выделиться на фоне конкурентов. Академическая программа осуществляется под руководством преподавательского состава, специализирующегося на рекламном секторе. Таким образом, студенты будут подготовлены к разработке новейших коммуникационных проектов, чтобы преуспеть в сфере, которая предлагает множество возможностей для трудоустройства.



“

Благодаря TECH вы сможете реализовать креативные методы в рекламе, которые будут привлекать и удерживать потребителей”

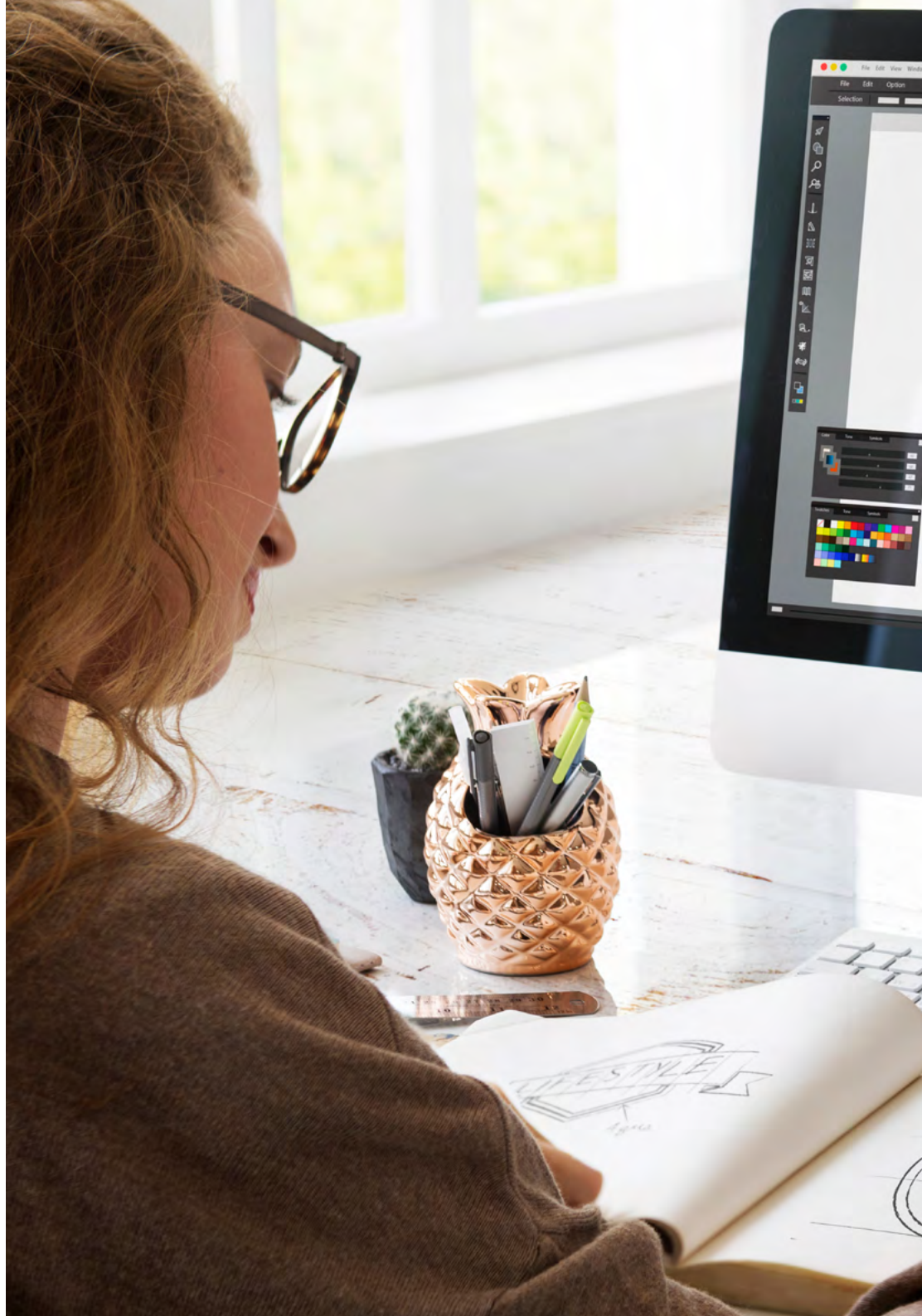


Общие цели

- ♦ Получить глубокие знания о новых проектах, представляющих ценность для коммерческой коммуникации
- ♦ Развивать навыки креативной коммуникации для улучшения отношений между брендом и потребителем
- ♦ Показать видение креативности как совместного агента в развитии коммуникации
- ♦ Дать возможность специалисту, овладев необходимыми навыками, улучшить решение проблем и развить основные профессиональные компетенции
- ♦ Получить глубокие знания о взаимоотношениях между специалистами по креативу и остальными агентами, вовлеченными в процесс становления коммерческой коммуникации
- ♦ Показывать и оценить новые тенденции, с которыми столкнутся специалисты в этой области сейчас и в будущем

“

Вы раскроете свой творческий потенциал и проведете успешные кампании для самых престижных компаний с помощью TECH”





Конкретные цели

Модуль 1. Как создавать рекламные объявления

- ♦ Объяснять, как работает креативное мышление в рекламе и каково его стратегическое значение
- ♦ Подробно анализировать целевые аудитории и использовать *инсайты* в рекламе
- ♦ Понимать, как строится рекламное сообщение
- ♦ Исследовать разнообразные пространства для креативности в коммуникации
- ♦ Подчеркнуть важность арт-менеджмента и его проведении при соблюдении стиля бренда
- ♦ Заглянуть в будущее творческих исследований

Модуль 2. Как создать бренд

- ♦ Анализировать психологические модели рекламы
- ♦ Исследовать творческие течения в рекламе
- ♦ Объяснить важность и полезность бренда
- ♦ Рассматривать ключевые понятия в построении бренда
- ♦ Представлять логические шаги в построении бренда
- ♦ Показать различия между *утверждением* и слоганом
- ♦ Анализировать креативность в медиапланировании
- ♦ Определять текущий контекст брендов

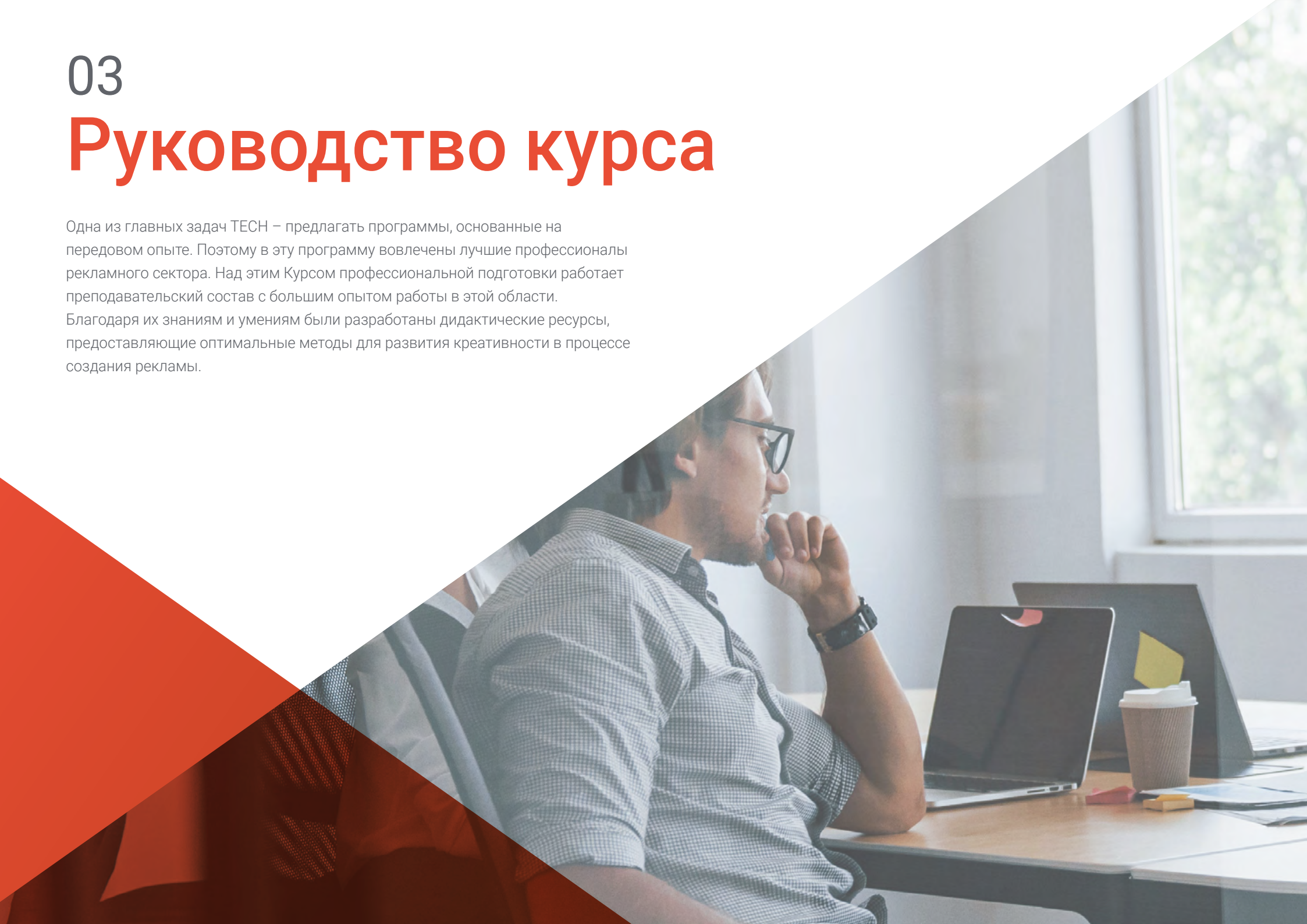
Модуль 3. Персональный бренд и политические кампании

- ♦ Изучить развитие персонального бренда и стратегии, применяемые в политических кампаниях
- ♦ Исследовать важность персонального бренда и способы его креативного продвижения
- ♦ Углубиться в стратегии личного бренда
- ♦ Изучить стратегии создания креативных сетей
- ♦ Научиться планировать политические кампании
- ♦ Ознакомиться с возможностями кандидата

03

Руководство курса

Одна из главных задач TECH – предлагать программы, основанные на передовом опыте. Поэтому в эту программу вовлечены лучшие профессионалы рекламного сектора. Над этим Курсом профессиональной подготовки работает преподавательский состав с большим опытом работы в этой области. Благодаря их знаниям и умениям были разработаны дидактические ресурсы, предоставляющие оптимальные методы для развития креативности в процессе создания рекламы.





“

В TECH вы расширите свои знания с помощью квалифицированного преподавательского состава, который гарантирует эффективное обучение”

Руководство



Г-н Лабарта Велес, Фернандо

- ♦ Креативный директор в El Factor H
- ♦ Директор по маркетингу в La Ibense
- ♦ Креативный директор по мероприятиям в Beon Worldwide
- ♦ Директор по брендированному контенту в Atrium Digital и Mettre
- ♦ Креативный директор в Grupo de Comunicación del Sur, BSB и FCA BMZ Cid
- ♦ Преподаватель магистратуры по управлению деловыми и институциональными коммуникациями в университете Севильи
- ♦ Соавтор книги "Как создать марку". Руководство по использованию и управлению



04

Структура и содержание

Курс профессиональной подготовки по созданию рекламных объявлений и рекламным коммуникациям включает в себя полную программу, состоящую из 3 модулей. Эта динамичная учебная программа гарантирует, что студенты расширят свои знания, чтобы сделать качественный скачок в своей профессии. Таким образом, студенты приобретают навыки реализации творческих мероприятий, направленных на привлечение интереса различных аудиторий. В результате у них появляется возможность присоединиться к самым престижным учреждениям и возглавить успешные коммуникационные кампании.





“

Благодаря программе TECH вы сможете применить креативные процессы в сфере коммуникаций и присоединиться к самым известным компаниям”

Модуль 1. Как создавать рекламные объявления

- 1.1. Как мыслит креативный рекламщик
 - 1.1.1. Как мыслит естественно
 - 1.1.2. Как мыслит профессионально
 - 1.1.3. Выводы
- 1.2. Стратегическая важность таргетинга
 - 1.2.1. Основная мотивация
 - 1.2.2. Преимущества знания таргетинга
 - 1.2.3. Как анализировать данные о целевой аудитории
 - 1.2.4. *Инсайт* в рекламе
- 1.3. Как построено сообщение
 - 1.3.1. Ось коммуникации
 - 1.3.2. Концепция коммуникации
 - 1.3.3. Схема передачи
- 1.4. Где творить в коммуникации
 - 1.4.1. Название
 - 1.4.2. Заголовок
 - 1.4.3. Рекламный ролик
 - 1.4.4. Радиоролик
 - 1.4.5. Наружная реклама
 - 1.4.6. Прочее
- 1.5. Арт-менеджмент
 - 1.5.1. Сколько элементов
 - 1.5.2. Иерархия размеров
 - 1.5.3. Копировать?
 - 1.5.4. Экономить расходы
 - 1.5.5. Стиль торговой марки
 - 1.5.6. Очевидность
 - 1.5.7. Если она не вносит свой вклад и т.д.
- 1.6. Творческие приемы
 - 1.6.1. Ключи к рекламе
 - 1.6.2. Рекламные жанры и стили
 - 1.6.3. Выводы



- 1.7. Как создать *рекламу*
 - 1.7.1. Как получить бесплатную рекламу
 - 1.7.2. Как привлечь внимание к бренду в новостях
 - 1.7.3. Выводы
- 1.8. Цифровая креативность
 - 1.8.1. Цифровая креативность
 - 1.8.2. Цифровая реклама
 - 1.8.3. Выводы
- 1.9. Как создавать креативные объявления
 - 1.9.1. Яркая визуальная концепция
 - 1.9.2. Эмоциональный текст
 - 1.9.3. Удивляйте
 - 1.9.4. Виды креативности
 - 1.9.5. Тестируйте и оптимизируйте
- 1.10. Будущее творческих исследований
 - 1.10.1. Искусственный интеллект
 - 1.10.2. Виртуальная реальность и дополненная реальность
 - 1.10.3. Сотрудничество в режиме онлайн
 - 1.10.4. Исследование на основе данных

Модуль 2. Как создать бренд

- 2.1. Психологические модели рекламы
 - 2.1.1. Модель Генри Джоаниса
 - 2.1.2. Модель Фишбейна
 - 2.1.3. Модель Россера Ривза
 - 2.1.4. Модель Дэвида Огилви
- 2.2. Творческие течения в рекламе
 - 2.2.1. УТП
 - 2.2.2. Имидж брендов
 - 2.2.3. Постоянные ценности
 - 2.2.4. Показать рекламу
 - 2.2.5. Нарушение кодексов
 - 2.2.6. Привлекательность контента
- 2.3. Для чего нужен бренд
 - 2.3.1. Применимость
 - 2.3.2. Как создается потребность
 - 2.3.3. Различия между логотипом и брендом
 - 2.3.4. Происхождение брендов
 - 2.3.5. Бренд Wheel
 - 2.3.6. Позиционирование бренда
 - 2.3.7. Когда рождается бренд
 - 2.3.8. Бренд, отличие
 - 2.3.9. Креативность - это роскошь
- 2.4. Логическая лестница в создании бренда
 - 2.4.1. Название
 - 2.4.2. Атрибуты
 - 2.4.3. Преимущества
 - 2.4.4. Группа
 - 2.4.5. Представитель
 - 2.4.6. Роль
- 2.5. *Утверждение* и слоган
 - 2.5.1. Различия между *утверждением* и слоганом
 - 2.5.2. *Утверждение* и слоган как средство продаж
 - 2.5.3. *Утверждения* или слоганы для создания контента
- 2.6. Креативная стратегия
 - 2.6.1. Рекламная стратегия с креативным подходом
 - 2.6.2. Как творчески подойти к разработке стратегии
 - 2.6.3. Креативные стратегии, используемые в области рекламы и маркетинга
 - 2.6.4. Различия между маркетинговой стратегией и рекламной стратегией
- 2.7. Креативные контент-стратегии
 - 2.7.1. Пользовательский контент
 - 2.7.2. Маркетинг влияния
 - 2.7.3. Интерактивный опыт
 - 2.7.4. Эффектный визуальный контент
 - 2.7.5. Эмоциональное повествование
 - 2.7.6. Использование новых платформ и форматов

- 2.8. Креативность в медиапланировании
 - 2.8.1. Медиапланирование
 - 2.8.2. Креативное медиапланирование
 - 2.8.3. Примеры удивительного медиапланирования
- 2.9. Типы рекламного контента
 - 2.9.1. Спонсорский контент
 - 2.9.2. Привязка брендов к макроконтенту
 - 2.9.3. Создание *веб-сайтов* на основе аудиовизуального контента
 - 2.9.4. Создавать для социальных сетей
 - 2.9.5. Создавать для мобильных устройств
 - 2.9.6. Создавать для видеоигр
 - 2.9.7. Создавать интерактивный контент
 - 2.9.8. Создавать контент непосредственно для брендов
- 2.10. Текущий контекст брендов
 - 2.10.1. Реклама в цифровой среде
 - 2.10.2. Клиентский опыт
 - 2.10.3. Выводы

Модуль 3. Персональный бренд и политические кампании

- 3.1. Личный бренд
 - 3.1.1. Колесо личного бренда
 - 3.1.2. Креативный личный бренд
 - 3.1.3. Примеры
- 3.2. Развитие личного бренда
 - 3.2.1. Позиционирование
 - 3.2.2. *Сторителлинг*
 - 3.2.3. Социальные сети
 - 3.2.4. Реклама и самопродвижение
- 3.3. Стратегии создания креативных сетей
 - 3.3.1. Мероприятия и конференции
 - 3.3.2. Онлайн группы и сообщества
 - 3.3.3. Партнерские отношения

- 3.4. Руководство по проведению политической кампании
 - 3.4.1. Анализ кандидатов
 - 3.4.2. Контекстный анализ
 - 3.4.3. Цели
- 3.5. Обучение кандидатов
 - 3.5.1. Эмоциональный интеллект
 - 3.5.2. Социальный интеллект
 - 3.5.3. Отношение, способность, видение, ошибки
- 3.6. Стратегия
 - 3.6.1. Основы проведения кампаний
 - 3.6.2. Выполнение задач
 - 3.6.3. Временная шкала
 - 3.6.4. Сопровождающий
- 3.7. Идентичность бренда
 - 3.7.1. *Утверждение*
 - 3.7.2. Графическое изображение
 - 3.7.3. Цифровое окно
 - 3.7.4. Реклама
- 3.8. Сотрудники
 - 3.8.1. Видение
 - 3.8.2. Роли
 - 3.8.3. Примеры
- 3.9. Модель проекта
 - 3.9.1. Тематические основы
 - 3.9.2. Основная мотивация
 - 3.9.3. Примеры
- 3.10. Мобилизация
 - 3.10.1. Действия
 - 3.10.2. Поток
 - 3.10.3. Выводы



“

Благодаря методу Relearning от TESH, вы быстро и гибко освоите содержание этой программы. Не раздумывайте и поступайте к нам!”

05

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.



В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*. Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



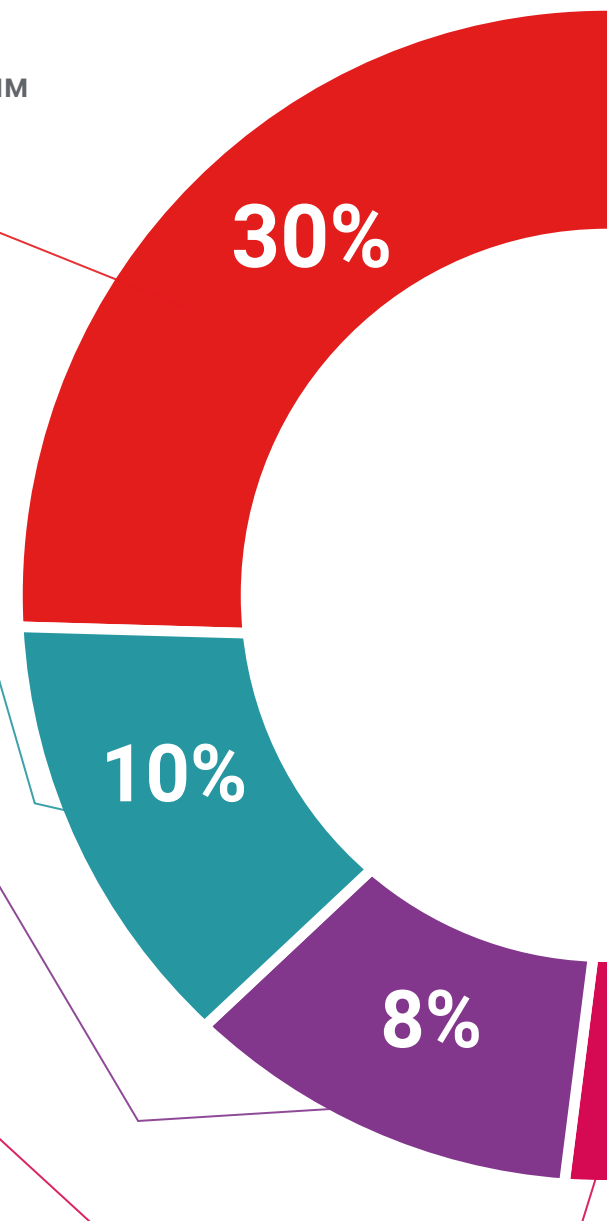
Практика навыков и компетенций

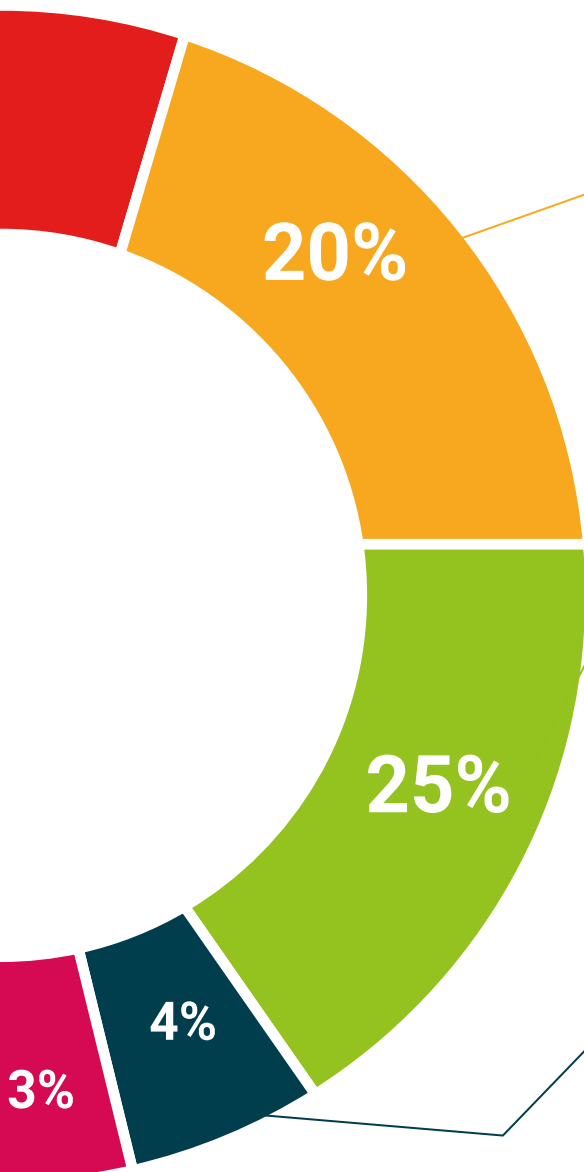
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



06

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области создания рекламных объявлений и рекламной коммуникации гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

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

Данный **Курс профессиональной подготовки в области создания рекламных объявлений и рекламной коммуникации** содержит самую полную и современную программу на рынке.

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

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

Диплом: **Курса профессиональной подготовки в области создания рекламных объявлений и рекламной коммуникации**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



*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
и рекламная коммуникация

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Создание рекламных объявлений
и рекламная коммуникация

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

Курс профессиональной подготовки

Создание рекламных объявлений и рекламная коммуникация