

专科文凭  
视听广告





**tech** 科学技术大学

## 专科文凭 视听广告

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历: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-diploma/postgraduate-diploma-audiovisual-advertising](http://www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-audiovisual-advertising)

# 目录

01

介绍

---

4

02

目标

---

8

03

结构和内容

---

12

04

方法

---

18

05

学位

---

26

# 01 介绍

广告是所有公司的根本, 尽管它可以以不同的形式播出, 但视听是主要的形式之一, 因为图像和声音的完美结合对公众的影响更大。该课程针对希望提高培训水平的新闻专业人员。视听广告在这几个月中, 学生将学会从批判性的角度分析广告文本, 识别信息的不同元素, 并根据不同广告和公共关系体裁的规范及时制作广告作品。





“

专注于视听广告, 并成功创建有利于企业经济增长的独家活动”



这个视听广告专科文凭的设计考虑到了新闻和传播专业人士的学术需求。这样一来, 它的目标就集中在知道如何应用传播理论的科学方法以及如何分析传播的基本心理过程和广告接受者。为此, 将审查掌握视听交流基本要素的基础知识。此外, 图像在 21 世纪的决定性作用使我们有必要分析传播信息中语言和图像元素之间的相互关系。

通过该课程, 学生将获得必要的技能, 能够区分和欣赏用于构建电影, 电视, 视频和多媒体材料的程序。

另一个需要努力的方面是视听广告制作以及对直接参与签约执行和发行阶段工作的四个代理人的审查: 广告商, 代理公司, 视听制作公司以及广播和发行媒体。视听制作公司与广告公司有直接关系(将由广告公司雇用), 与广告商有间接关系。制作公司制作的材料必须经过准备和批准, 以便通过所选择的传播方式(电影院, 电视, 互联网, 应用程序等)正确传播。因此, 本课程将涵盖广告作品的制作过程(前期制作, 制作和后期制作)。

毫无疑问, 这是一个非常完整的课程, 它将标志着记者培训的前前后后, 为他们提供必要的知识, 以成功地在广告领域工作, 特别是在视听格式。

这个**视听广告专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 使用最新技术的在线教学软件
- ◆ 这个教学系统, 在图形和示意图内容的支持下, 具有强烈的视觉效果, 易于吸收和理解
- ◆ 由执业专家提出的案例研究的发展
- ◆ 最先进的互动视频系统
- ◆ 由远程实践支持的教学
- ◆ 永久更新和回收系统
- ◆ 自律性学习, 可以与其他职业完全兼容
- ◆ 用于自我评估和验证学习效果的实际练习
- ◆ 支持小组和教育协同: 向专家提问, 讨论论坛和知识
- ◆ 与老师的沟通和个人的反思工作
- ◆ 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
- ◆ 永久可用的证明文件库



TECH技术大学拥有目前学术界最创新的教学方法”

“

TECH技术大学为你提供了大量的理论和实践资源,使你能够详细了解视听广告”

一个独特的课程,将使你在视听广告领域的培训与众不同。

报名参加这个大学专家,可以无限制地访问其所有内容。

该课程的教学人员是由来自与该专业相关的不同领域的专业人士组成的。通过这种方式,TECH可以提供它自己设定的学术更新目标。一个由不同环境中的合格和有经验的专业人员组成的多学科团队,他们将有效地发展理论知识,但最重要的是,将把从他们自己的经验中获得的实践知识提供给学生使用。

这种对主题的掌握得到了方法设计的有效性的补充。由一个多学科的电子学习专家团队开发,它整合了教育技术的最新进展。通过这种方式,学生将能够学习一系列舒适和多功能的多媒体工具,将给他/她带来巨大的收益。他们在研究过程中需要的可操作性。

该课程的设计重点是基于问题的学习。一种将学习设想为一个明显的实践过程的方法。为了远程实现这一目标,采用了远程诊疗。因此,在创新的互动视频系统和向专家学习的帮助下,学生将能够获得知识,就像他们面对一个真实的案例一样。一个能让他们以更现实和永久的方式整合和固定学习的概念。



# 02

# 目标

该课程由TECH教师开发,主要目的是为记者提供最先进的视听广告知识,使专业人员通过强化学习,获得必要的技能,在竞争激烈的行业中成功发展。一个特别针对在该部门有经验的专业人员的课程,他们希望提高自己的技能,以便在工作场所脱颖而出。





“

如果你的目标是重新定位你未来的职业, 走向新的成功道路, 这就是你的专科文凭”



## 总体目标

---

- ◆ 掌握必要的知识, 利用最先进的数字工具进行适当的广告传播

“

培养必要的技能, 以便在  
日常工作中成功执行”





## 具体目标

### 模块1.沟通心理学简介

- ◆ 使学生能够将广告和公共关系与其他社会科学连贯起来。与其他社会科学和人文科学保持一致的方式
- ◆ 能够理解人类交流的基本概念和理论模型,它的元素和特点,以及它在广告和公共关系的心理过程中的作用。在广告和公共关系的心理过程中
- ◆ 让学生具备识别和分析社会心理,认知过程广告传播和公共关系的情感方面

### 模块2.视听叙事

- ◆ 应用传播理论的科学方法
- ◆ 分析沟通的基本心理过程和广告接受者
- ◆ 掌握管理视听传播的基本准则,作为广告和公共关系实践的基础
- ◆ 描述媒体在历史发展中的一般演变

### 模块3.视听广告

- ◆ 理解图像的性质和传播潜力
- ◆ 知道如何战略性地规划广告活动
- ◆ 了解广告创意过程
- ◆ 知道如何从批判的角度分析广告文本,并确定信息的不同要素
- ◆ 根据各种广告和公共关系类型的规格,及时进行广告作品的工作
- ◆ 有能力在广告公司或公司或机构的广告部门履行文案的专业职责
- ◆ 有能力在广告公司或公司或机构的广告部门中履行艺术总监的专业职责
- ◆ 参与视听广告的制作
- ◆ 能够掌握管理视听广告的基本准则,以制作视听广告产品
- ◆ 掌握管理视听广告的基本准则,以便制作视听广告产品



03

# 结构和内容

这个专科文凭的内容是由不同的专家制定的,目的很明确:确保学生获得每一个必要的技能,成为这个领域的真正专家。该计划包括视听广告最相关的方面,并将成为该部门专业人员的真正工作指南,他们将找到对其职业最相关和最有用的信息。

PRODUCTION \_\_\_\_\_

DIRECTOR \_\_\_\_\_

“

一个非常完整的课程, 结构非常好, 将促进你的学习, 帮助你提高在这个领域的技能”



## 模块1.沟通心理学简介

- 1.1. 心理学的历史
  - 1.1.1. 简介
  - 1.1.2. 我们从研究心理学开始
  - 1.1.3. 不断发展的科学历史和范式的转变
  - 1.1.4. 心理学的范式和阶段
  - 1.1.5. 认知科学
- 1.2. 社会心理学
  - 1.2.1. 简介
  - 1.2.2. 从社会心理学的研究开始:社会心理学的影响
  - 1.2.3. 同理心,利他主义和帮助行为
- 1.3. 社会认知
  - 1.3.1. 简介
  - 1.3.2. 思考和认识,重要的需要
  - 1.3.3. 社会认知
  - 1.3.4. 组织信息
  - 1.3.5. 思维:原型或分类法
  - 1.3.6. 我们在思考中犯的错误:推理偏见
  - 1.3.7. 自动信息处理信息管理员
- 1.4. 人格心理学
  - 1.4.1. 简介
  - 1.4.2. 什么是自我?身份和个性
  - 1.4.3. 自我意识
  - 1.4.4. 自尊心
  - 1.4.5. 自我意识
  - 1.4.6. 塑造人格的人际关系变量
  - 1.4.7. 人格构成中的宏观社会变量
  - 1.4.8. 关于人格研究的新视角。叙事性人格
- 1.5. 情感
  - 1.5.1. 简介
  - 1.5.2. 当我们情绪激动时,我们会谈论什么?
  - 1.5.3. 情感的本质
  - 1.5.4. 情感和个性
  - 1.5.5. 从另一个角度来看社会情绪



- 1.6. 沟通的心理理学。劝说和态度转变
  - 1.6.1. 简介
  - 1.6.2. 态度
  - 1.6.3. 说服力沟通研究的历史模式
  - 1.6.4. 阐释可能性模型(ELM)
  - 1.6.5. 通过媒体的传播过程
- 1.7. 发行人
  - 1.7.1. 简介
  - 1.7.2. 说服力沟通的来源
  - 1.7.3. 来源特点公信力
  - 1.7.4. 来源特点吸引力
  - 1.7.5. 发射器的特性权力
  - 1.7.6. 说服力沟通的过程。基于初级认知的机制
  - 1.7.7. 沟通的新过程基于二级认知的机制
- 1.8. 该信息
  - 1.8.1. 简介
  - 1.8.2. 我们首先看一下信息的构成
  - 1.8.3. 信息的类型:理性与感性信息
  - 1.8.4. 情感信息和沟通:引起恐惧的信息
- 1.9. 接收者
  - 1.9.1. 简介
  - 1.9.2. 根据阐述的概率模型,接受者的作用
  - 1.9.3. 接受者的需求和动机:它们对改变态度的影响
  - 1.9.4. 需要自尊心和交流
- 1.10. 通信研究的新方法
  - 1.10.1. 简介
  - 1.10.2. 自动信息处理自动流程
  - 1.10.3. 测量通信中的自动过程
  - 1.10.4. 新范式的第一步
  - 1.10.5. 双重处理系统的理论

## 模块2.视听叙事

- 2.1. 视听叙事
  - 2.1.1. 简介
  - 2.1.2. 视听叙事的基本概念
  - 2.1.3. 一种方法学方法
  - 2.1.4. 视听话语的特殊性
  - 2.1.5. 视听语言
  - 2.1.6. 图像
  - 2.1.7. 声音
- 2.2. 论述和阐述的房间
  - 2.2.1. 简介
  - 2.2.2. 叙事的功能
  - 2.2.3. 叙述性文本的构建
  - 2.2.4. 发明的实例
  - 2.2.5. 叙述者的类型
  - 2.2.6. 焦点化
  - 2.2.7. 叙述者
- 2.3. 故事和叙事的轴心
  - 2.3.1. 简介
  - 2.3.2. 这个故事
  - 2.3.3. 叙述性行动
  - 2.3.4. 时间
  - 2.3.5. 空间
  - 2.3.6. 声音
- 2.4. 视听话语的构建:剧本
  - 2.4.1. 简介
  - 2.4.2. 剧本
  - 2.4.3. 想法
  - 2.4.4. 类型
  - 2.4.5. 人物和对话
  - 2.4.6. 文学剧本 对技术脚本

- 2.5. 电影编辑的理论和分析
  - 2.5.1. 简介
  - 2.5.2. 蒙太奇的定义
  - 2.5.3. 电影叙事的基本单位
  - 2.5.4. 第一个理论方法
  - 2.5.5. 编辑的类型
  - 2.5.6. 隐形安装:配件.关于安装的词汇
- 2.6. 电影叙事:从起源到后现代主义
  - 2.6.1. 简介
  - 2.6.2. 电影的起源
  - 2.6.3. 起源的电影:空间-时间的衔接
  - 2.6.4. 前卫艺术与电影
  - 2.6.5. 好莱坞电影院
  - 2.6.6. 艺术电影和散文
  - 2.6.7. 当代电影
- 2.7. 计算机电影:从新闻片到纪录片
  - 2.7.1. 简介
  - 2.7.2. 内容丰富的电影院
  - 2.7.3. 电影新闻片
  - 2.7.4. 纪录片
  - 2.7.5. 虚构新闻电影
  - 2.7.6. 新闻节目作为历史资料的价值
- 2.8. 电视话语:信息和娱乐
  - 2.8.1. 简介
  - 2.8.2. 电视话语
  - 2.8.3. 视听信息的叙事学
  - 2.8.4. 视听信息的类型
  - 2.8.5. 信息娱乐系统
  - 2.8.6. 娱乐节目
  - 2.8.7. 虚构的电视故事

- 2.9. 视听广告话语:商业广告,预告片和视频片断
  - 2.9.1. 简介
  - 2.9.2. 视听媒体中的广告叙事
- 2.10. 数字时代的新媒体和叙事结构
  - 2.10.1. 简介
  - 2.10.2. 数字范式
  - 2.10.3. 21世纪的新媒体
  - 2.10.4. 新媒体实践
  - 2.10.5. 后媒体条件

### 模块3.视听广告

- 3.1. 视听广告简介
  - 3.1.1. 什么是视听广告?
  - 3.1.2. 源头
  - 3.1.3. 视听广告媒体
- 3.2. 该广告点
  - 3.2.1. 什么是告点?
  - 3.2.2. 广告片的叙事结构
  - 3.2.3. 广告点的历史
- 3.3. 视听制作的技术设备I
  - 3.3.1. 生产和管理团队
  - 3.3.2. 生产和管理团队的作用
  - 3.3.3. 组织结构图
- 3.4. 视听制作的技术设备II
  - 3.4.1. 技术和艺术团队
  - 3.4.2. 技术和艺术团队的作用
  - 3.4.3. 组织结构图
- 3.5. 前期制作I:从想法到拍摄剧本
  - 3.5.1. 基于简报的创作过程
  - 3.5.2. 文学脚本:例子
  - 3.5.3. 技术脚本:例子





- 3.6. 故事板
  - 3.6.1. 内部故事板
  - 3.6.2. 演示文稿故事板
  - 3.6.3. 拍摄故事板
- 3.7. 技术脚本:生产的风格
  - 3.7.1. 电影语言
  - 3.7.2. 阶段性
  - 3.7.3. 技术规划
- 3.8. 前期制作二:拍摄计划和预算
  - 3.8.1. 照明设计
  - 3.8.2. 声音设计
  - 3.8.3. 拍摄协议
  - 3.8.4. 预算
- 3.9. 广告片的制作
  - 3.9.1. 谁参与了现货的制作?
  - 3.9.2. 拍摄顺序
  - 3.9.3. 拍摄
- 3.10. 广告点的后期制作
  - 3.10.1. 编辑工作
  - 3.10.2. 编辑的类型
  - 3.10.3. 图像和声音的后期制作

“

一个完整的培训,将带领你学习必要的知识,在最好的人中竞争”



# 04 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。



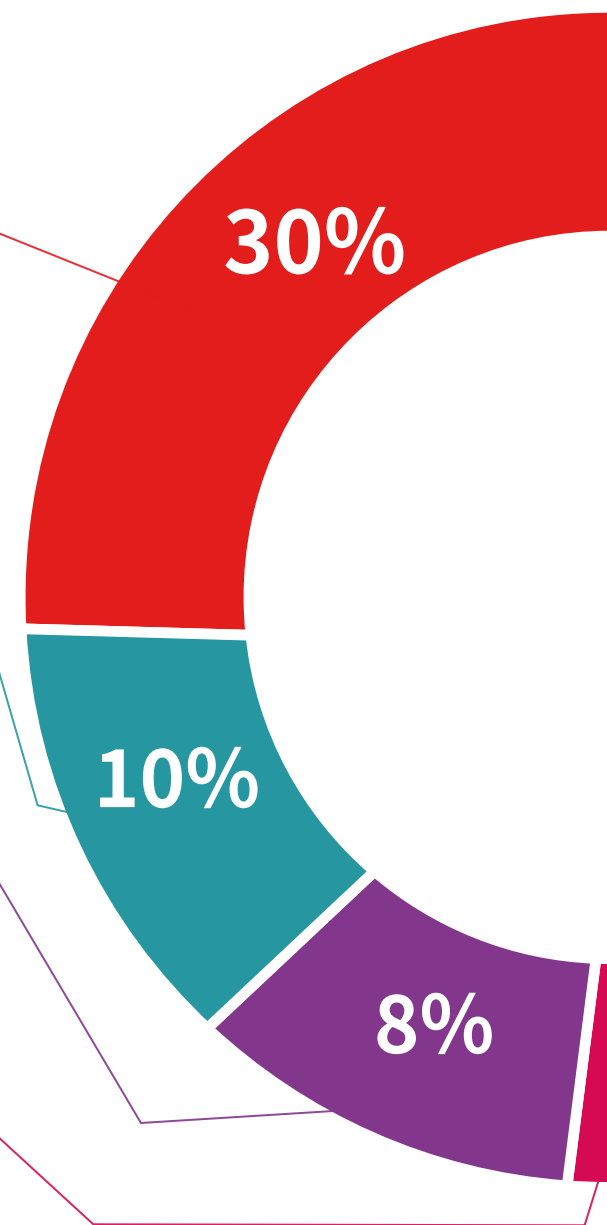
### 技能和能力的实践

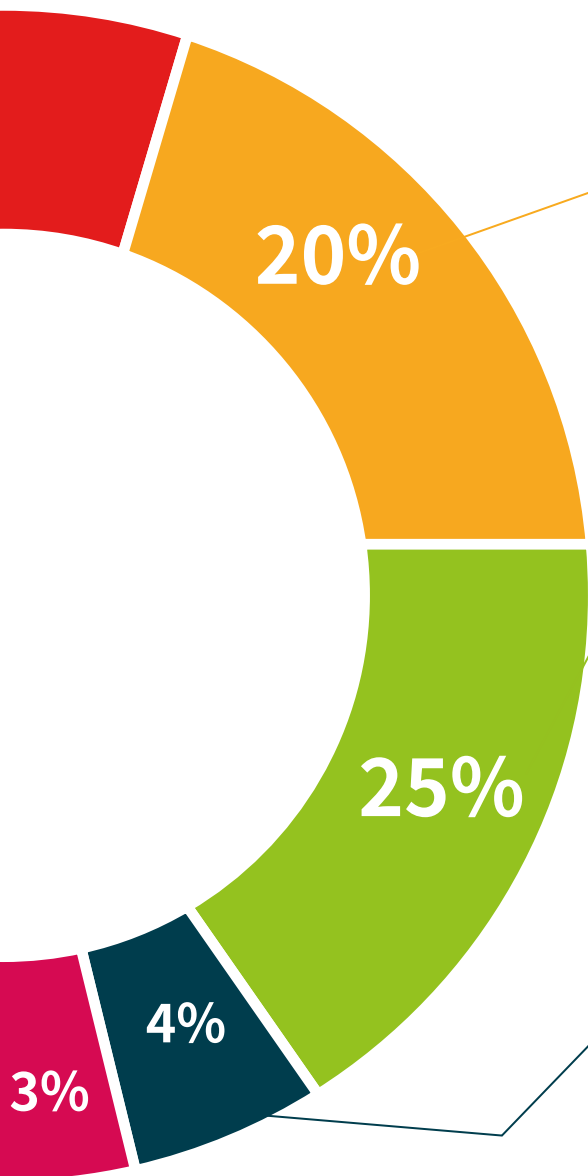
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 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。



# 05 学位

视听广告专科文凭课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。





“

顺利完成该课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个视听广告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: 视听广告专科文凭

官方学时: 450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

专科文凭  
视听广告

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭  
视听广告



tech 科学技术大学