

# Курс профессиональной подготовки

## Аудиовизуальная реклама





## Курс профессиональной подготовки

### Аудиовизуальная реклама

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

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-audiovisual-advertising](http://www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-audiovisual-advertising)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Структура и содержание

---

стр. 12

04

Методология

---

стр. 18

05

Квалификация

---

стр. 26

# 01

# Презентация

Реклама является основополагающей для всех компаний, и хотя она может транслироваться в различных форматах, аудиовизуальный является одним из основных, поскольку идеальное сочетание изображения и звука оказывает большее воздействие на публику. Данная программа предназначена для профессионалов в области журналистики, желающих повысить свою квалификацию в области аудиовизуальной рекламы. За месяцы курса студенты научатся анализировать рекламные тексты с критической точки зрения и выявлять различные элементы сообщений, а также создавать рекламные материалы в срок в соответствии со спецификацией различных жанров рекламы и связей с общественностью.



“

*Специализируйся в области аудиовизуальной рекламы и создавай эксклюзивные концепции, способствующие экономическому росту компаний”*

Данный Курс профессиональной подготовки в области аудиовизуальной рекламы разработан с учетом академических потребностей профессионалов в сфере журналистики и коммуникации. Таким образом, его задачи ориентированы на умение применять научную методологию теорий коммуникации и анализировать основные психологические процессы общения и получателя рекламы. С этой целью будут рассмотрены основы овладения базовыми элементами аудиовизуальной коммуникации. Кроме того, решающая роль имиджа в XXI веке делает необходимым анализ взаимосвязи вербальных и иконических элементов в коммуникативном сообщении.

Благодаря этой программе студент приобретет необходимые навыки, чтобы уметь различать и оценивать процедуры, используемые для создания кино-, теле-, видео- и мультимедийных материалов.

Еще один из аспектов, над которым предстоит работать — производство аудиовизуальной рекламы и анализ деятельности четырех сторон, непосредственно участвующих в заключении контрактов, выполнении и продвижении работ: рекламодателя, агентства, компания по производству аудиовизуальной продукции и средств вещания и дистрибуции. Аудиовизуальная производственная компания имеет прямые отношения с агентством (которое и будет нанимать) и косвенные — с рекламодателем. Материал, созданный продюсерской компанией, должен быть подготовлен и одобрен для корректного продвижения через выбранные средства распространения (кинотеатры, телевидение, Интернет, приложения и т.д.). Поэтому в данной программе будут рассмотрены производственные процессы (пре-продакшн, продакшн и пост-продакшн) при создании рекламных материалов.

Несомненно, самая полная программа, которая обозначит "до" и "после" в подготовке журналистов, дав им необходимые знания для успешной работы в области рекламы, особенно в ее аудиовизуальных форматах

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Аудиовизуальная реклама** содержит самую полную и современную программу на рынке.

Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Использование новейших технологий в области программного обеспечения для онлайн-обучения
- ♦ Максимально наглядная система обучения, с большим количеством графических изображений и схем, созданных для максимально легкого понимания и запоминания
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание с использованием телепрактики
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, обеспечивающее полную совместимость с другими видами деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки усвоения полученных знаний
- ♦ Группы для поддержки и форумы для общения студентов между собой: вопросы к эксперту, дискуссии и форумы для обмена знаниями
- ♦ Общение с преподавательским составом и индивидуальная работа по рефлексии
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет
- ♦ Хранящиеся в постоянном доступе учебные материалы



*TECH Технологический университет  
обладает самой инновационной  
методикой обучения на современной  
академической сцене"*

“

*TECH Технологический университет предоставляет в ваше распоряжение множество теоретических и практических ресурсов для того, чтобы вы могли подробно изучить аудиовизуальную рекламу”*

Преподавательский состав этой программы состоит из профессионалов из различных областей, связанных с данной специальностью. Таким образом, TECH ставит целью обеспечить вас обновленными методиками в изучении этой программы. Многопрофильная команда, состоящая из квалифицированных и опытных специалистов, работающих в различных средах, которые эффективно развивают теоретические знания, но, прежде всего, ставят на службу студентам практические знания, полученные из собственного опыта.

Все эти знания дополнены эффективной методологией преподавания. Разработанный многопрофильной командой специалистов в области *электронного обучения*, курс объединяет в себе последние достижения в сфере образовательных технологий. Таким образом, студент сможет учиться с помощью ряда удобных и универсальных мультимедийных инструментов, которые обеспечат ему/ей необходимую оперативность в процессе обучения.

Основное внимание в этой программе уделяется проблемно-ориентированному обучению. Подход, при котором обучение рассматривается как исключительно практический процесс. Для эффективности дистанционного обучения мы используем телепрактику. Таким образом, с помощью инновационной интерактивной видеосистемы и так называемой системы *обучения у эксперта* студенты смогут получить знания, как если бы они столкнулись с реальным случаем. Концепция, которая позволит вам включить и закрепить обучение более реалистичным и постоянным способом.

*Уникальная программа, которая изменит вашу квалификацию в области аудиовизуальной рекламы.*

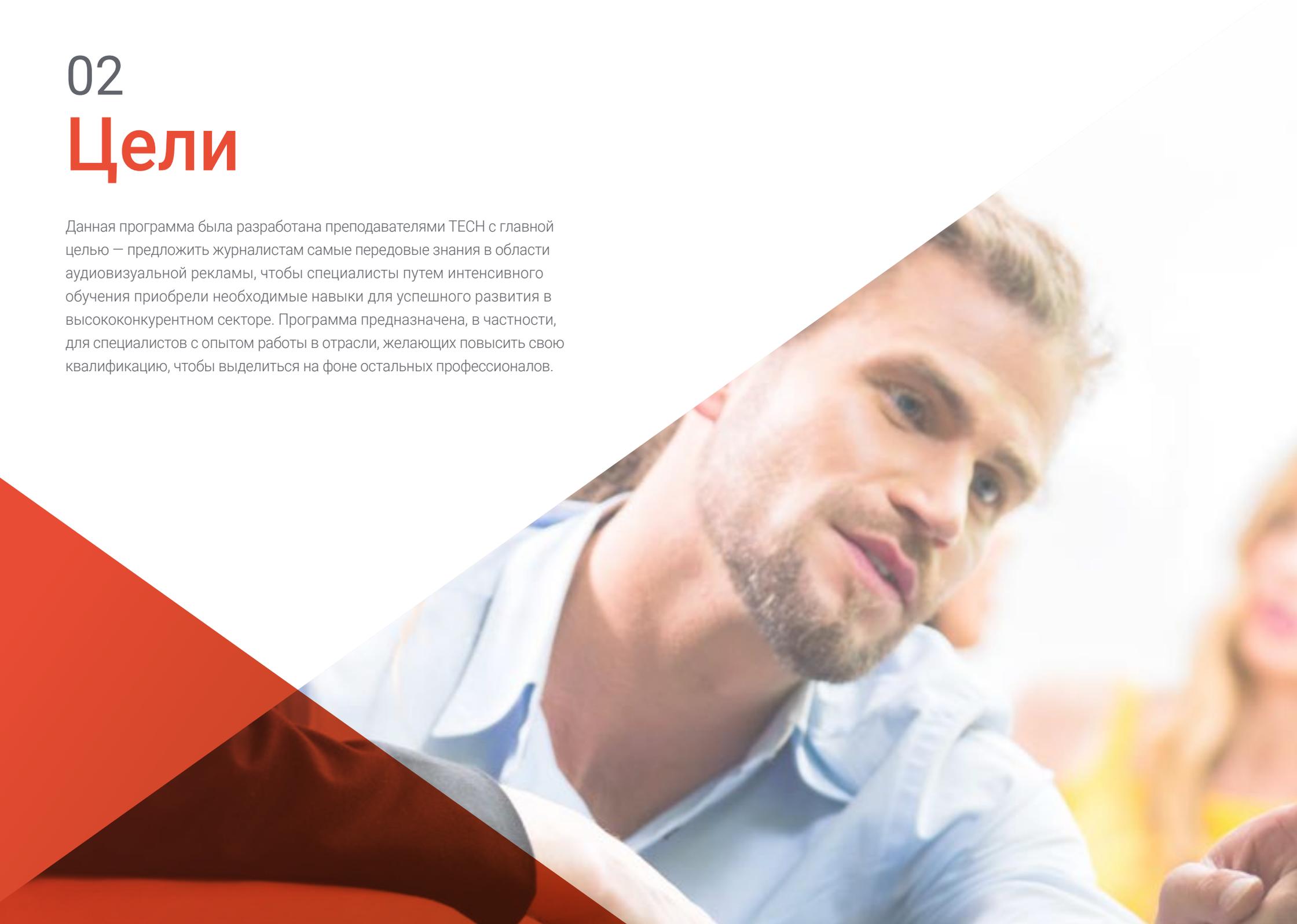
*Запишитесь на Курс профессиональной подготовки и получите неограниченный доступ ко всему его материалу.*



# 02

## Цели

Данная программа была разработана преподавателями ТЕСН с главной целью — предложить журналистам самые передовые знания в области аудиовизуальной рекламы, чтобы специалисты путем интенсивного обучения приобрели необходимые навыки для успешного развития в высококонкурентном секторе. Программа предназначена, в частности, для специалистов с опытом работы в отрасли, желающих повысить свою квалификацию, чтобы выделиться на фоне остальных профессионалов.



“

*Если ваша цель – переориентировать свою будущую карьеру на новые пути успеха, то этот Курс профессиональной подготовки для вас”*



### Общая цель

---

- ♦ Научиться проводить соответствующую рекламную коммуникацию с использованием самых современных цифровых инструментов

“

*Развивайте навыки,  
необходимые для успешной  
работы в данной области”*





## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Введение в психологию коммуникации

- ♦ Дать студенту возможность соотнести рекламу и связи с общественностью с другими социальными и гуманитарными науками
- ♦ Научить студента понимать основные концепции и теоретические модели человеческой коммуникации, ее элементы и характеристики, а также роль, которую она играет в психологических процессах рекламы и связей с общественностью
- ♦ Подготовить студента к выявлению и анализу психосоциальных, когнитивных и эмоциональных процессов коммуникации в области рекламы и связей с общественностью

### Модуль 2. Аудиовизуальный нарратив

- ♦ Применять научную методологию теорий коммуникации
- ♦ Проанализировать основные психологические процессы коммуникации и получателя рекламы
- ♦ Освоить основные положения, регулирующие аудиовизуальную коммуникацию и являющиеся основой для практики рекламы и связей с общественностью
- ♦ Описать общую эволюцию средств массовой информации в процессе их исторического развития

### Модуль 3. Аудиовизуальная реклама

- ♦ Понять природу и коммуникативный потенциал изображений и графического дизайна
- ♦ Уметь стратегически планировать рекламные кампании
- ♦ Знать креативный рекламный процесс
- ♦ Уметь анализировать рекламные тексты с критической точки зрения и выявлять различные элементы сообщений
- ♦ Осуществлять своевременное производство рекламных материалов в соответствии со спецификациями различных жанров рекламы и связей с общественностью
- ♦ Владеть способностью выполнять профессиональную роль копирайтера в рекламном агентстве или рекламном отделе компании или учреждения
- ♦ Владеть способностью выполнять профессиональную роль арт-директора в рекламном агентстве или рекламном отделе компании или учреждения
- ♦ Участвовать в разработке аудиовизуальной рекламы
- ♦ Владеть основными положениями в области аудиовизуальной рекламы для производства аудиовизуальной рекламной продукции
- ♦ Освоить основные положения в области аудиовизуальной рекламы для производства аудиовизуальной рекламной продукции

03

# Структура и содержание

Содержание Курса профессиональной подготовки разрабатывалось различными специалистами с четкой целью – обеспечить приобретение студентами всех и каждого навыков, необходимых для того, чтобы стать настоящими экспертами в этой области. Программа, включающая самые актуальные аспекты аудиовизуальной рекламы и ставшая настоящим рабочим руководством для специалистов отрасли, которые найдут в ней самую актуальную и полезную информацию для своей профессии.

PRODUCTION \_\_\_\_\_

DIRECTOR \_\_\_\_\_

“

*Самая полная программа, тщательно структурированная, которая облегчит вам обучение и поможет повысить свою квалификацию в данной области”*

## Модуль 1. Введение в психологию коммуникации

- 1.1. История психологии
  - 1.1.1. Введение
  - 1.1.2. Мы начинаем с изучения психологии
  - 1.1.3. Эволюция науки. Исторические и парадигмальные изменения
  - 1.1.4. Парадигмы и этапы в психологии
  - 1.1.5. Когнитивная наука
- 1.2. Социальная психология
  - 1.2.1. Введение
  - 1.2.2. Начинаем с изучения социальной психологии: влияние
  - 1.2.3. Эмпатия, альтруизм и помогающее поведение
- 1.3. Социальное познание
  - 1.3.1. Введение
  - 1.3.2. Мышление и познание – жизненно важные потребности
  - 1.3.3. Социальное познание
  - 1.3.4. Организация информации
  - 1.3.5. Мышление: прототипическое или категорическое
  - 1.3.6. Ошибки, которые мы совершаем в мышлении: инференциальные предубеждения
  - 1.3.7. Автоматическая обработка информации
- 1.4. Психология личности
  - 1.4.1. Введение
  - 1.4.2. Что такое "я"? Личность и индивидуальность
  - 1.4.3. Самосознание
  - 1.4.4. Самооценка
  - 1.4.5. Самопознание
  - 1.4.6. Межличностные переменные в формировании личности
  - 1.4.7. Макросоциальные переменные в формировании личности
  - 1.4.8. Новый взгляд на изучение личности. Нарративная личность





- 1.5. Эмоции
  - 1.5.1. Введение
  - 1.5.2. О чем мы говорим, когда испытываем эмоции?
  - 1.5.3. Природа эмоций
  - 1.5.4. Эмоции и личность
  - 1.5.5. С другой точки зрения. Социальные эмоции
- 1.6. Психология коммуникации. Убеждение и изменение отношений
  - 1.6.1. Введение
  - 1.6.2. Отношения
  - 1.6.3. Исторические модели в изучении убеждающей коммуникации
  - 1.6.4. Модель вероятности проработки информации (ELM)
  - 1.6.5. Коммуникационные процессы через СМИ
- 1.7. Эмитент
  - 1.7.1. Введение
  - 1.7.2. Источник убеждающей коммуникации
  - 1.7.3. Характеристики источника. Достоверность
  - 1.7.4. Характеристики источника. Привлекательность
  - 1.7.5. Характеристики эмитента. Власть
  - 1.7.6. Процессы в убеждающей коммуникации. Механизмы, основанные на первичном познании
  - 1.7.7. Новые процессы в коммуникации. Механизмы, основанные на вторичном познании
- 1.8. Месседж
  - 1.8.1. Введение
  - 1.8.2. Начнем с рассмотрения состава месседжа
  - 1.8.3. Типы месседжей: рациональные и эмоциональные сообщения
  - 1.8.4. Эмоциональные месседжи и коммуникация: сообщения, вызывающие страх
- 1.9. Получатель
  - 1.9.1. Введение
  - 1.9.2. Роль получателя в соответствии с моделью вероятности проработки информации
  - 1.9.3. Потребности и мотивы получателя: их влияние на изменение отношения к ним
  - 1.9.4. Потребность в уважении и коммуникации

- 1.10. Новые подходы к изучению коммуникации
  - 1.10.1. Введение
  - 1.10.2. Бессознательная обработка информации. Автоматические процессы
  - 1.10.3. Измерение автоматических процессов в коммуникации
  - 1.10.4. Первые шаги в новых парадигмах
  - 1.10.5. Теории систем двойной обработки данных

## Модуль 2. Аудиовизуальный нарратив

- 2.1. Аудиовизуальный нарратив
  - 2.1.1. Введение
  - 2.1.2. Фундаментальные концепции аудиовизуального нарратива
  - 2.1.3. Методологический подход
  - 2.1.4. Особенности аудиовизуального дискурса
  - 2.1.5. Аудиовизуальный язык
  - 2.1.6. Изображение
  - 2.1.7. Звук
- 2.2. Дискурс и высказывания
  - 2.2.1. Введение
  - 2.2.2. Функции повествования
  - 2.2.3. Построение нарративного текста
  - 2.2.4. Высказывания
  - 2.2.5. Типологии нарраторов
  - 2.2.6. Адресация
  - 2.2.7. Повествователь
- 2.3. История и оси нарратива
  - 2.3.1. Введение
  - 2.3.2. История
  - 2.3.3. Нарративное действие
  - 2.3.4. Время
  - 2.3.5. Пространство
  - 2.3.6. Звук

- 2.4. Построение аудиовизуального дискурса: сценарий
  - 2.4.1. Введение
  - 2.4.2. Сценарий
  - 2.4.3. Идея
  - 2.4.4. Жанры
  - 2.4.5. Персонажи и диалог
  - 2.4.6. Литературный сценарий vs. технический план
- 2.5. Теория и анализ киномонтажа
  - 2.5.1. Введение
  - 2.5.2. Определение монтажа
  - 2.5.3. Основные элементы кинонарратива
  - 2.5.4. Первые теоретические подходы
  - 2.5.5. Виды монтажа
  - 2.5.6. Невидимый монтаж: ракорд. Глоссарий по монтажу
- 2.6. Кинематографический нарратив: от истоков до постмодернизма
  - 2.6.1. Введение
  - 2.6.2. Истоки кинематографа
  - 2.6.3. Кинематограф, начиная с истоков: пространственно-временная артикуляция
  - 2.6.4. Авангард и кинематограф
  - 2.6.5. Кинематограф Голливуда
  - 2.6.6. Арт-хаус и киноэссе
  - 2.6.7. Современный кинематограф
- 2.7. Информационный кинематограф: от кинохроники до документальных фильмов
  - 2.7.1. Введение
  - 2.7.2. Информационный кинематограф
  - 2.7.3. Кинохроника
  - 2.7.4. Документальный фильм
  - 2.7.5. Информационный художественный кинематограф
  - 2.7.6. Ценность информационных материалов как исторического источника

- 2.8. Телевизионный дискурс: информация и развлечения
    - 2.8.1. Введение
    - 2.8.2. Телевизионный дискурс
    - 2.8.3. Нарратология аудиовизуальной информации
    - 2.8.4. Жанры аудиовизуальной информации
    - 2.8.5. Что такое инфотейнмент
    - 2.8.6. Развлекательные программы
    - 2.8.7. Художественный телевизионный сюжет
  - 2.9. Аудиовизуальный рекламный дискурс: рекламные ролики, трейлеры и видеоклипы
    - 2.9.1. Введение
    - 2.9.2. Рекламный нарратив в аудиовизуальных СМИ
  - 2.10. Новые медиа и нарративные структуры в цифровой эпохе
    - 2.10.1. Введение
    - 2.10.2. Цифровая парадигма
    - 2.10.3. Новые медиа XXI века
    - 2.10.4. Новые медийные практики
    - 2.10.5. Состояние постмедиа
- Модуль 3. Аудиовизуальная реклама**
- 3.1. Введение в аудиовизуальную рекламу
    - 3.1.1. Что такое аудиовизуальная реклама?
    - 3.1.2. Происхождение
    - 3.1.3. Аудиовизуальные рекламные средства
  - 3.2. Рекламный ролик
    - 3.2.1. Что такое ролик?
    - 3.2.2. Нарративная структура рекламного ролика
    - 3.2.3. История создания рекламного ролика
  - 3.3. Техническое оснащение аудиовизуального производства I
    - 3.3.1. Производственная и управленческая команды
    - 3.3.2. Функции производственных и управленческих команд
    - 3.3.3. Схема организации
  - 3.4. Техническое оснащение аудиовизуального производства II
    - 3.4.1. Техническая и художественная группы
    - 3.4.2. Функции технической и художественной групп
    - 3.4.3. Схема организации
  - 3.5. Препродакш I: от идеи до съемочного сценария
    - 3.5.1. Креативный процесс на основе брифинга
    - 3.5.2. Литературный сценарий: пример
    - 3.5.3. Технический сценарий: пример
  - 3.6. Раскадровка
    - 3.6.1. Внутренняя раскадровка
    - 3.6.2. Раскадровка презентации
    - 3.6.3. Раскадровка съемки
  - 3.7. Технический сценарий: стили производства
    - 3.7.1. Язык кино
    - 3.7.2. Постановка
    - 3.7.3. Техническое планирование
  - 3.8. Препродакш II: план съемки и бюджет
    - 3.8.1. Проектирование освещения
    - 3.8.2. Звуковое оформление
    - 3.8.3. Протокол съемки
    - 3.8.4. Бюджет
  - 3.9. Продакшн рекламного ролика
    - 3.9.1. Кто участвует в создании ролика?
    - 3.9.2. Порядок съемки
    - 3.9.3. Съемка
  - 3.10. Постпродакшн рекламного ролика
    - 3.10.1. Монтаж
    - 3.10.2. Виды монтажа
    - 3.10.3. Пост-продакшн изображения и звука

04

# 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.

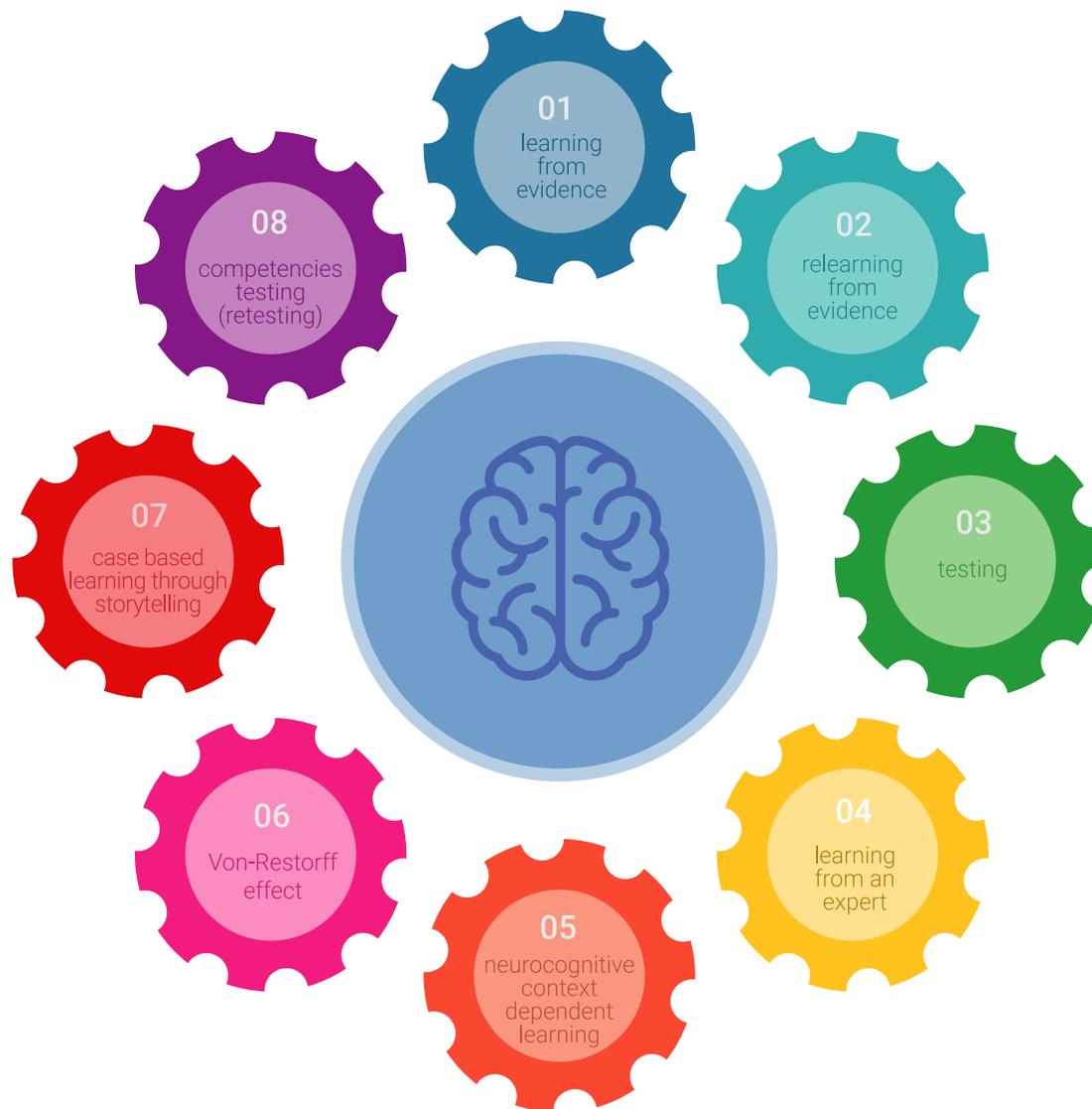
## Методология *Relearning*

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.



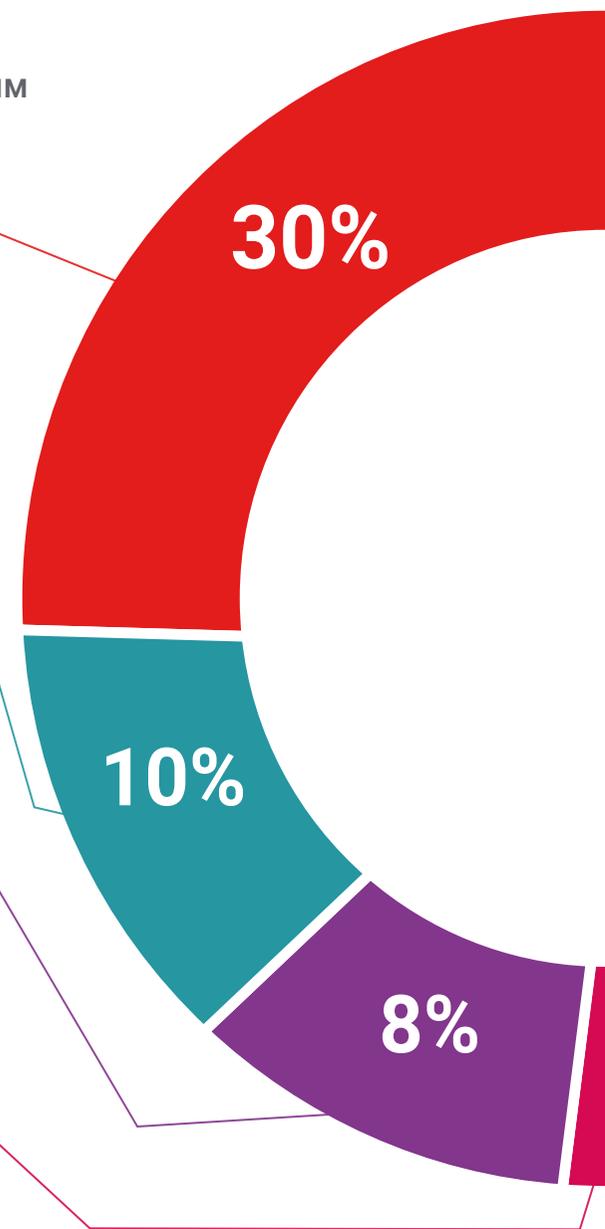
#### Практика навыков и компетенций

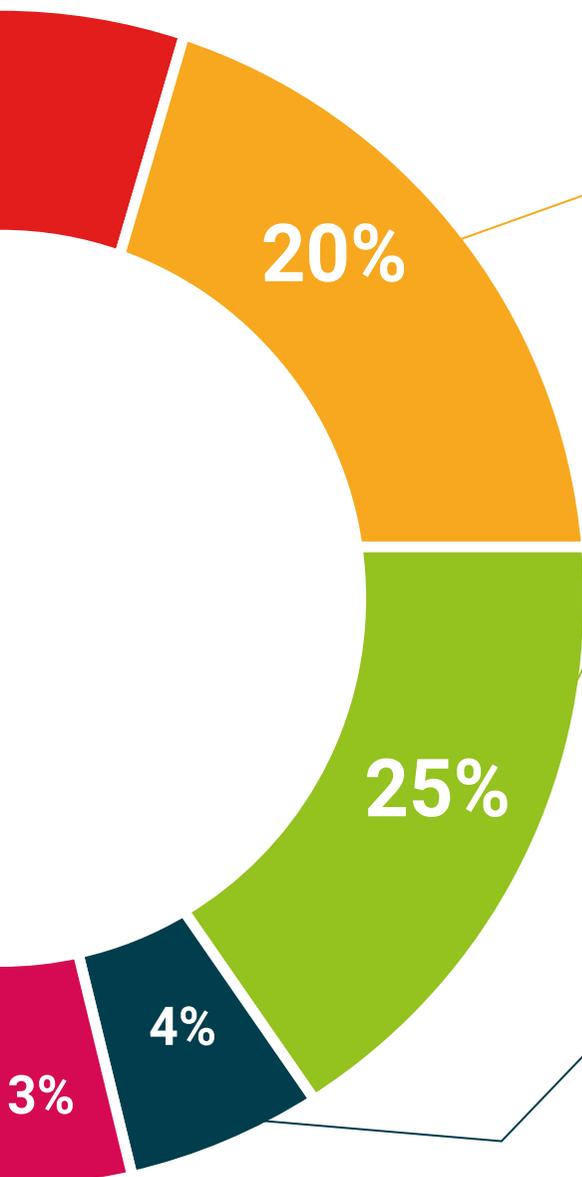
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



#### 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.



05

# Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Аудиовизуальная реклама 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 оформлением документов”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Аудиовизуальная реклама** 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: **Курс профессиональной подготовки в области Аудиовизуальная реклама**

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 Технологии

Знания Настоящее Качество

Веб обучение Институты

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

**tech** технологический университет

Курс профессиональной  
подготовки

Аудиовизуальная реклама

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

# Курс профессиональной подготовки

## Аудиовизуальная реклама

