

Курс профессиональной подготовки
Коммуникация и брендинг
в креативных индустриях





Курс профессиональной подготовки

Коммуникации и брендинг в креативных индустриях

- » 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-communication-branding-creative-industries

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 18

05

Методология

стр. 22

06

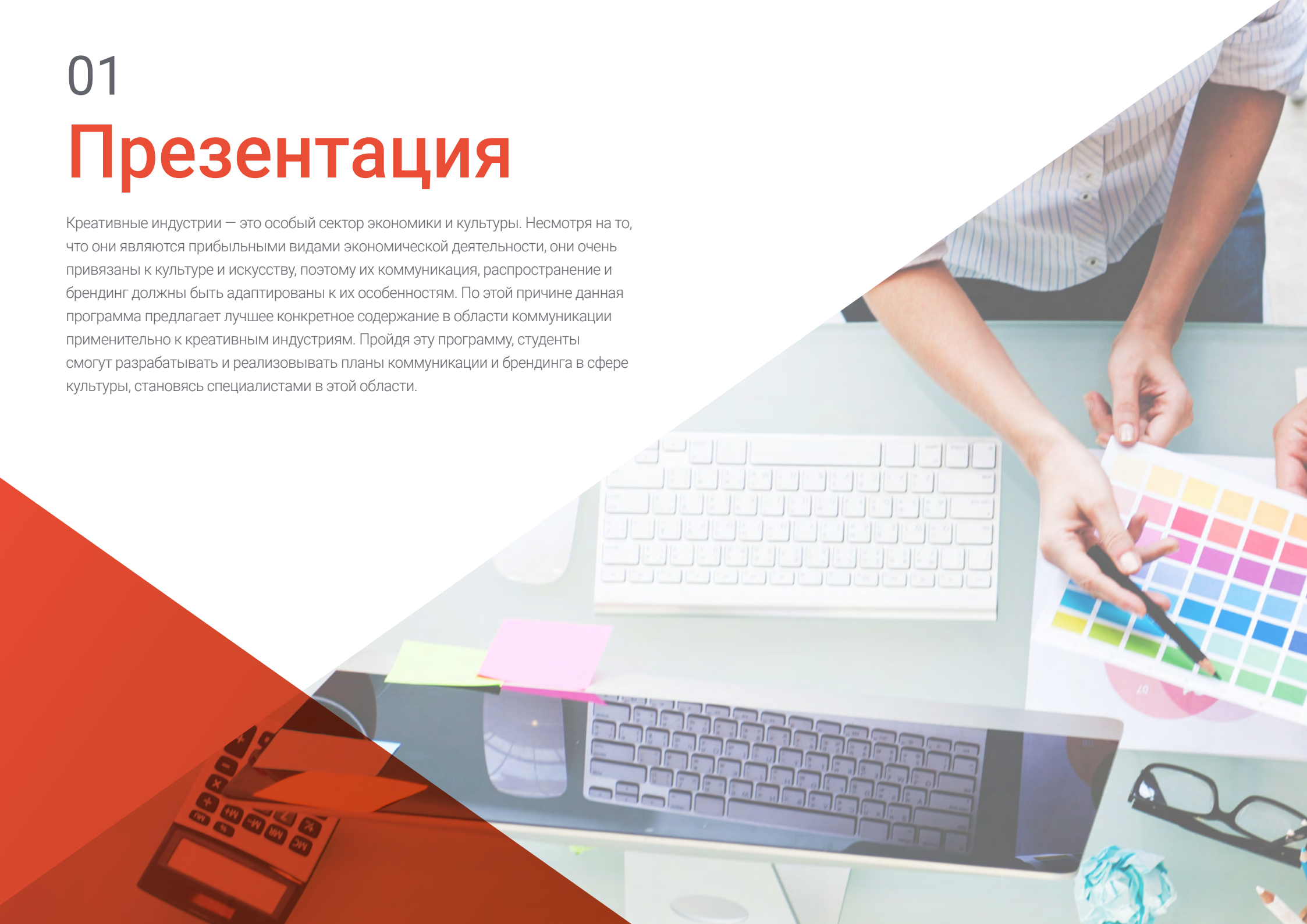
Квалификация

стр. 32

01

Презентация

Креативные индустрии — это особый сектор экономики и культуры. Несмотря на то, что они являются прибыльными видами экономической деятельности, они очень привязаны к культуре и искусству, поэтому их коммуникация, распространение и брендинг должны быть адаптированы к их особенностям. По этой причине данная программа предлагает лучшее конкретное содержание в области коммуникации применительно к креативным индустриям. Пройдя эту программу, студенты смогут разрабатывать и реализовывать планы коммуникации и брендинга в сфере культуры, становясь специалистами в этой области.





“

Креативные индустрии нуждаются в коммуникации, адаптированной к их особенностям: пройдите специализацию и станьте экспертом”

Из всего многообразия отраслей, существующих в мире, те, что объединены под ярлыком креативных индустрий, являются одними из самых особенных. У них много особенностей, например, близость к сфере искусства, что означает, что их коммуникация должна быть адаптирована к более культурной и творческой среде, чем в других секторах экономики.

Кроме того, целевая аудитория является определяющим элементом в этом коммуникационном процессе, поскольку коммуникация и брендинг, направленные на аудиторию, связанную с искусством и культурой, отличаются от коммуникации и брендинга для других типов аудиторий или пользователей.

Таким образом, специалистам, которые хотят работать в этой области, необходимо приобрести соответствующие навыки, чтобы коммуникация была эффективной и вызывала желаемое *вовлечение*.

По этой причине Курс профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях, включающий 10 *мастер-классов*, проводимых приглашенным лектором международного уровня, предлагает журналистам необходимые знания для специализации в области коммуникаций, направленных на креативные и культурные индустрии, — область, которая нуждается в специалистах, знающих, как передать идеи и коммерческие концепции в более открытой и художественной среде.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях** содержит самую и полную современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области коммуникации и брендинга, ориентированных на креативные индустрии.
- ♦ Узкоспециализированное содержание, подготовленное для решения всех коммуникационных задач, возникающих в сфере культуры.
- ♦ Использование инновационных методик обучения
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Станьте экспертом и будьте полезным специалистом для своей организации благодаря этому Курсу профессиональной подготовки и 10 мастер-классам, которые проводит авторитетный международный эксперт”

“

Креативные индустрии требуют талантливых специалистов с необходимыми навыками: этот Курс профессиональной подготовки отвечает на этот спрос”

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

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в моделируемой 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.

Требуются специалисты в области коммуникации, применяемой в креативных индустриях: вступайте в профессиональную сферу, полную возможностей.

Вы любите культуру и являетесь журналистом или коммуникатором: сделайте шаг вперед, пройдя эту программу.



02

Цели

Основная цель программы в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях — дать студентам лучшие инструменты, чтобы они стали полезными профессионалами в этой области, чтобы самые важные компании в этом секторе нуждались в их услугах. Таким образом, студенты будут обладать очень специфическими и востребованными навыками, что может означать большой прогресс в их профессиональной карьере.





“

Объедините две свои страсти - культуру и общение - и станьте профессионалом, востребованным в компаниях этой сферы”



Общие цели

- ♦ Использовать новые информационные и коммуникационные технологии в качестве инструментов для обучения и обмена опытом в области обучения
- ♦ Развивать коммуникативные навыки, как письменные, так и устные, а также проводить эффективные профессиональные презентации в повседневной практике
- ♦ Приобрести навыки исследования рынка, стратегического видения, цифровых методологий и совместного создания
- ♦ Предоставить полезные знания для специализации студентов, обеспечивая их навыками для разработки и применения оригинальных идей в личной и профессиональной жизни
- ♦ Понять, как креативность и инновации стали движущими силами экономики
- ♦ Решать проблемы в новых условиях и в междисциплинарных контекстах в области управления креативностью

“

У вас есть инновационные идеи по улучшению коммуникации и брендинга лучших культурных проектов: пройдите программу и реализуйте эти идеи”





Конкретные цели

Модуль 1. Новые креативные индустрии

- ♦ Приобрести знания о новых креативных индустриях
- ♦ Глубоко ознакомиться с креативными индустриями на экономическом уровне
- ♦ Получить углубленное представление о визуальных и сценических искусствах
- ♦ Получить углубленные знания об историческом, природном и культурном наследии

Модуль 2. Креативный брендинг: Коммуникация и менеджмент креативных брендов

- ♦ Понять процесс создания и эволюции бренда
- ♦ Знать, как создать графическую идентичность бренда
- ♦ Ознакомиться с основными техниками и инструментами коммуникации
- ♦ Уметь проводить брифинг компании

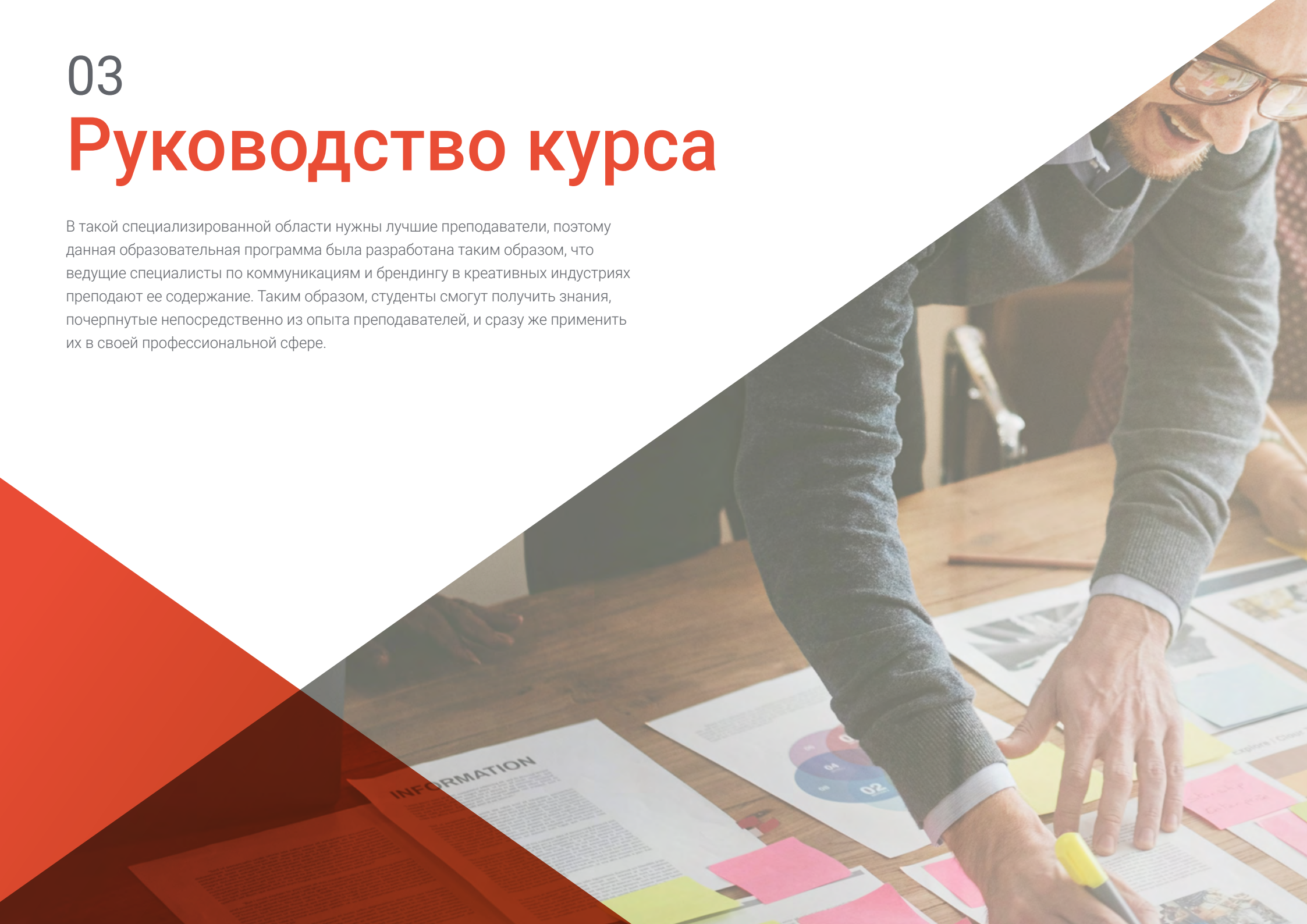
Модуль 3. Новые стратегии цифрового маркетинга

- ♦ Применять инструменты цифрового маркетинга, принимая во внимание аудиторию, до которой будут доходить сообщения
- ♦ Проводить веб-аналитику, которая дает компании информацию о том, как направлять свою рекламную стратегию
- ♦ Использовать социальные сети в качестве инструментов маркетинга и рекламы
- ♦ Применять инструменты *Inbound*-маркетинга

03

Руководство курса

В такой специализированной области нужны лучшие преподаватели, поэтому данная образовательная программа была разработана таким образом, что ведущие специалисты по коммуникациям и брендингу в креативных индустриях преподают ее содержание. Таким образом, студенты смогут получить знания, почерпнутые непосредственно из опыта преподавателей, и сразу же применить их в своей профессиональной сфере.





“

Настоящие специалисты научат вас всем тонкостям профессии”

Приглашенный международный руководитель

С. Марк Янг — всемирно известный эксперт, который сосредоточил свои исследования на **индустрии развлечений**. Их результаты отмечены многочисленными наградами, в том числе премией Американской ассоциации бухгалтерского учета за жизненные достижения в области бухгалтерского учета и менеджмента в 2020 году. Он также получил три награды за вклад в научную литературу в этих областях.

Одной из самых заметных вех в его карьере стала публикация исследования *"Нарциссизм и знаменитости"*, проведенного совместно с Дрю Пински. В этом тексте были собраны непосредственные данные о знаменитых деятелях кино и телевидения. Кроме того, в статье, которая впоследствии стала бестселлером, эксперт проанализировал **нарциссическое поведение** целлулоидных звезд и то, как оно нормализовалось в современных СМИ. В то же время он рассмотрел их влияние на современную молодежь.

На протяжении всей своей профессиональной деятельности Янг также изучал организацию и направленность **киноиндустрии**. В частности, он исследовал модели прогнозирования кассового успеха крупных фильмов. Он также внес свой вклад в бухгалтерский учет на основе активностей и разработку систем контроля. В частности, хорошо известно его влияние на внедрение **эффективного управления на основе сбалансированной системы показателей**.

Академическая деятельность также была отмечена в его профессиональной жизни, и он был избран заведующим исследовательской кафедрой Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в области **бизнеса спорта и развлечений**. Помимо этого, он читал лекции и участвовал в учебных программах, связанных с **бухгалтерским учетом, журналистикой и коммуникациями**. В то же время его учеба в бакалавриате и магистратуре связана с престижными американскими университетами, такими как Питтсбург и Огайо.



Д-р Янг, С. Марк

- ♦ Заведующий кафедрой Джорджа Бозанича и Холмана Г. Хёрта в Университете Южной Калифорнии, Лос-Анджелес, США
- ♦ Официальный историк мужской теннисной команды Университета Южной Калифорнии
- ♦ Академический исследователь, специализирующийся на разработке прогностических моделей для киноиндустрии
- ♦ Соавтор книги "Нарциссизм и знаменитости"
- ♦ Доктор наук в области бухгалтерского учета Питтсбургского университета
- ♦ Степень магистра в области бухгалтерского учета в Университете штата Огайо
- ♦ Степень бакалавра в области экономики в Оберлинском колледже
- ♦ Член: Центра передового опыта в преподавании

“

*Благодаря TESH вы
сможете учиться у лучших
мировых профессионалов”*

Руководство



Д-р Велар Лера, Маргарита

- ♦ Консультант в области коммуникаций с опытом работы в сфере моды
- ♦ Генеральный директор Forefashion Lab
- ♦ Директор по корпоративному маркетингу в SGN Group
- ♦ Консультант в области корпоративных коммуникаций в LLYC
- ♦ Консультант в области коммуникации и бренда, фриланс
- ♦ Руководитель отдела коммуникаций в Университете Вильянуэвы
- ♦ Преподаватель университетских курсов в области маркетинга
- ♦ Докторская степень в области коммуникации Мадридского университета имени Карлоса III
- ♦ Степень бакалавра в области аудиовизуальной коммуникации Мадридского университета Комплутенсе
- ♦ MBA в области руководства компаниями с сфере моды ISEM Fashion Business School

Преподаватели

Г-н Санхосе, Карлос

- ♦ Специалист в области цифрового маркетинга
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в Designable
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в MURPH
- ♦ Менеджер по цифровому маркетингу в 25 Gramos
- ♦ Руководитель отдела контента в Unánime Creativos
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью в Высшем учебном заведении Университете кардинала Эрреры

Д-р Сан-Мигель Арреги, Патрисиа

- ♦ Исследователь-эксперт в области цифрового маркетинга
- ♦ Основатель и руководитель Digital Fashion Brands
- ♦ Исследователь и сотрудник в области маркетинговых исследований
- ♦ Автор книги *Influencer Marketing*
- ♦ Автор научных публикаций в престижных журналах
- ♦ Постоянный докладчик на национальных и международных конференциях и семинарах по коммуникациям и маркетингу
- ♦ Преподаватель университетских курсов для студентов бакалавриата и в области последипломного образования
- ♦ Докторская степень в области цифрового маркетинга для компаний в сфере моды Университета Наварры
- ♦ Степень бакалавра по рекламе и связям с общественностью Мадридского университета Комплутенсе
- ♦ MBA в области Executive Fashion от ISEM

Г-жа Арройо Вильория, Кристина

- ♦ Технический консультант и координатор учебных проектов
- ♦ Партнер и директор по проектам и предпринимательству в компании Factoría de Industrias Creativas
- ♦ Координатор Acerca Cultura Madrid
- ♦ Внештатный редактор контента для электронного обучения в Издательстве LID
- ♦ Координатор по обучению в Factoría Cultural Madrid
- ♦ Степень бакалавра в области наук о труде Университета Вальядолида
- ♦ Степень магистра в области руководства и управления персоналом в Бизнес-школе Высшего учебного заведения Университета Сан-Пабло
- ♦ Степень магистра в области электронного обучения и образовательных технологий, подготовка в электронном обучении
- ♦ Среднее профессиональное образование в области предотвращения рисков, специализация в области гигиены труда в Институте интегрального обучения
- ♦ Среднее профессиональное образование в области профилактики профессиональных рисков, специализация в области эргономики и психосоциологии труда в Институте интегрального обучения

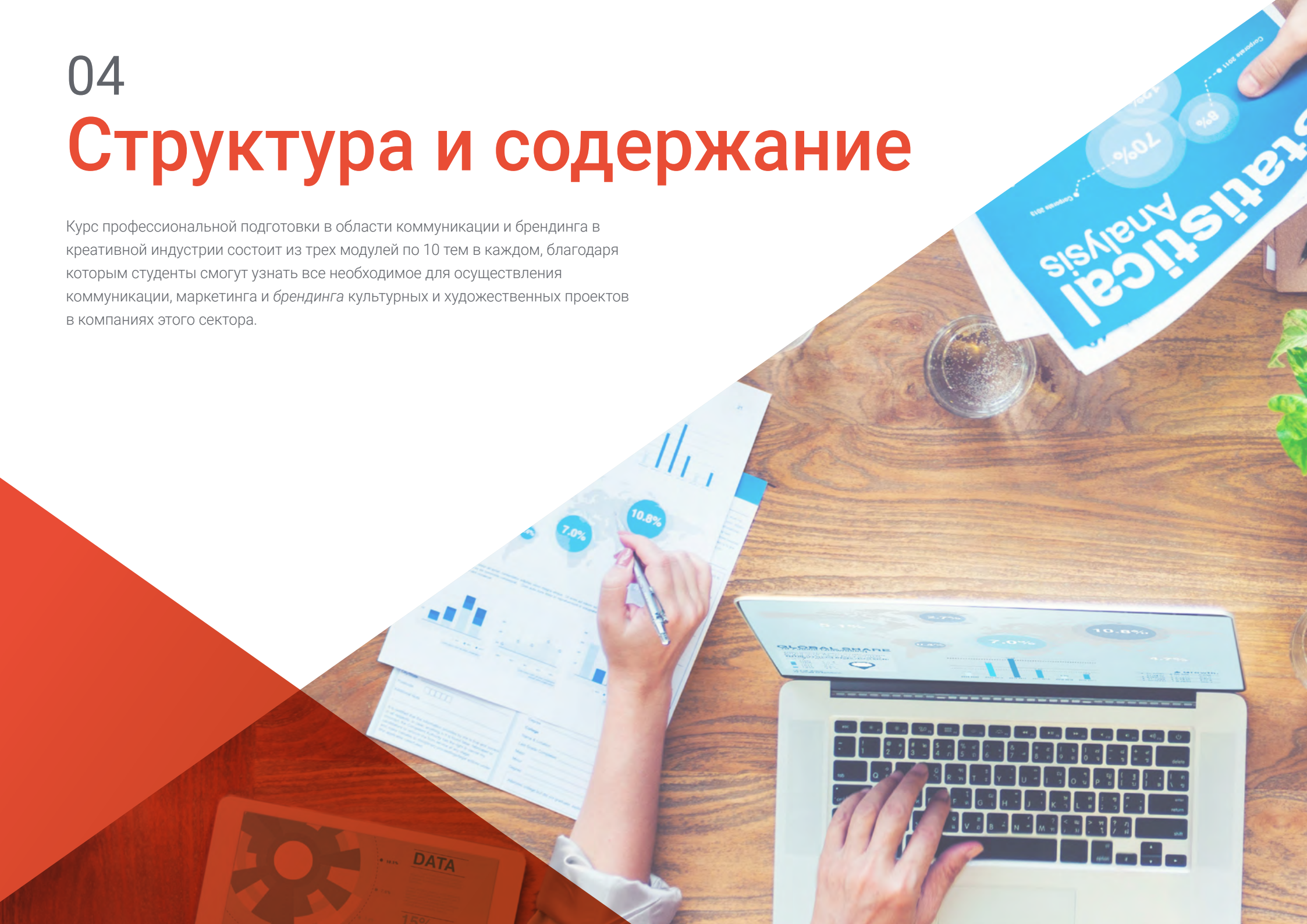


Воспользуйтесь возможностью узнать о последних достижениях в этой области, чтобы применить их в своей повседневной практике"

04

Структура и содержание

Курс профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативной индустрии состоит из трех модулей по 10 тем в каждом, благодаря которым студенты смогут узнать все необходимое для осуществления коммуникации, маркетинга и *брендинга* культурных и художественных проектов в компаниях этого сектора.



“

Содержание этого Курса профессиональной подготовки разработано для того, чтобы вы стали ведущим специалистом”

Модуль 1. Новые креативные индустрии

- 1.1. Новые креативные индустрии
 - 1.1.1. От индустрии культуры к креативной индустрии
 - 1.1.2. Современные креативные индустрии
 - 1.1.3. Виды деятельности и секторы, составляющие креативные индустрии
- 1.2. Экономический вес креативных индустрий сегодня
 - 1.2.1. Вклад
 - 1.2.2. Движущие силы роста и изменений
 - 1.2.3. Перспективы трудоустройства в творческих отраслях
- 1.3. Новый глобальный контекст креативных индустрий
 - 1.3.1. Отпечаток креативных индустрий в мире
 - 1.3.2. Источники финансирования творческой индустрии в каждой стране
 - 1.3.3. Практические кейсы: модели управления и государственная политика
- 1.4. Природное и культурное наследие
 - 1.4.1. Историческое и культурное наследие
 - 1.4.2. Продукция и услуги музеев, археологических и исторических объектов и культурных ландшафтов
 - 1.4.3. Нематериальное культурное наследие
- 1.5. Изобразительное искусство
 - 1.5.1. Пластические искусства
 - 1.5.2. Фотография
 - 1.5.3. Ремесло
- 1.6. исполнительское искусство
 - 1.6.1. Театр и танец
 - 1.6.2. Музыка и фестивали
 - 1.6.3. Ярмарки и цирк
- 1.7. Аудиовизуальные средства массовой информации
 - 1.7.1. Кино, телевидение и аудиовизуальный контент
 - 1.7.2. Радио, подкасты и аудиоконтент
 - 1.7.3. Видеоигры
- 1.8. Актуальные публикации
 - 1.8.1. Литература, эссе и поэзия
 - 1.8.2. Издательства
 - 1.8.3. Пресса

- 1.9. Креативные услуги
 - 1.9.1. Дизайн и мода
 - 1.9.2. Архитектура и ландшафтный дизайн
 - 1.9.3. Реклама
- 1.10. Связи креативной экономики или оранжевой экономики
 - 1.10.1. Каскадная модель – концентрические круги
 - 1.10.2. Спилловер-эффект креативности, производства и знаний
 - 1.10.3. Культура в интересах креативной экономики

Модуль 2. Креативный брендинг: коммуникация и менеджмент креативных брендов

- 2.1. Бренды и брендинг
 - 2.1.1. Бренды
 - 2.1.2. Эволюция брендинга
 - 2.1.3. Позиционирование, индивидуальность бренда, известность
- 2.2. Создание бренда
 - 2.2.1. Маркетинг-микс
 - 2.2.2. Архитектура бренда
 - 2.2.3. Идентичность бренда
- 2.3. Выражение бренда
 - 2.3.1. Графическая идентификация бренда
 - 2.3.2. Визуальный имидж бренда
 - 2.3.3. Другие элементы, отражающие бренд
- 2.4. Коммуникация
 - 2.4.1. Подходы
 - 2.4.2. Точки соприкосновения с брендом
 - 2.4.3. Техники и инструменты коммуникации
- 2.5. Контент бренда
 - 2.5.1. От брендов до развлекательных платформ
 - 2.5.2. Рост брендированного контента
 - 2.5.3. Связь с аудиторией через уникальные истории
- 2.6. Визуальный сторителлинг
 - 2.6.1. Анализ бренда
 - 2.6.2. Креативные рекламные концепции
 - 2.6.3. Креативные продажи

- 2.7. *Пользовательский опыт*
 - 2.7.1. *Клиентский опыт (CX)*
 - 2.7.2. *Клиентский опыт (Customer Journey)*
 - 2.7.3. *Согласование бренда и CX*
 - 2.8. *Стратегическое планирование*
 - 2.8.1. *Цели*
 - 2.8.2. *Определение аудитории и инсайтов*
 - 2.8.3. *Разработка стратегии*
 - 2.9. *Производительность*
 - 2.9.1. *Брифинг*
 - 2.9.2. *Тактика*
 - 2.9.3. *Производственный план*
 - 2.10. *Оценка*
 - 2.10.1. *Что оценивать?*
 - 2.10.2. *Как оценить? (измерительные инструменты)*
 - 2.10.3. *Отчетность о результатах*
- Модуль 3. Новые стратегии цифрового маркетинга**
- 3.1. *Технология и аудитория*
 - 3.1.1. *Цифровая стратегия и различия между типами пользователей*
 - 3.1.2. *Целевые аудитории, исключаящие факторы и поколения*
 - 3.1.3. *Портрет идеального потребителя (ICP) и персона покупателя*
 - 3.2. *Цифровая аналитика для диагностики*
 - 3.2.1. *Аналитика до разработки цифровой стратегии*
 - 3.2.2. *МОТ*
 - 3.2.3. *KPI и метрики, типологии, классификация по методологиям*
 - 3.3. *Электронные развлечения: влияние электронной коммерции на индустрию развлечений*
 - 3.3.1. *Электронная коммерция, типологии и платформы*
 - 3.3.2. *Важность веб-дизайна: UX и UI*
 - 3.3.3. *Оптимизация онлайн-пространства: минимальные требования*
 - 3.4. *Социальные медиа и маркетинг влияния*
 - 3.4.1. *Влияние и эволюция сетевого маркетинга*
 - 3.4.2. *Убеждение, ключи к контенту и вирусные действия*
 - 3.4.3. *Планирование кампаний социального маркетинга и маркетинга влияния*
 - 3.5. *Мобильный маркетинг*
 - 3.5.1. *Мобильный пользователь*
 - 3.5.2. *Веб-приложение и мобильное приложение*
 - 3.5.3. *Действия мобильного маркетинга*
 - 3.6. *Реклама в онлайн-среде*
 - 3.6.1. *Реклама в социальных сетях и цели социальной рекламы*
 - 3.6.2. *Воронка конверсии или воронка продаж: категории*
 - 3.6.3. *Социальные рекламные платформы*
 - 3.7. *Методология Inbound-маркетинга*
 - 3.7.1. *Социальные продажи, фундаментальные основы и стратегия*
 - 3.7.2. *CRM-платформа в цифровой стратегии*
 - 3.7.3. *Inbound-маркетинг или маркетинг привлечения: действия и SEO*
 - 3.8. *Автоматизация маркетинга*
 - 3.8.1. *E-mail-маркетинг и типология электронной почты*
 - 3.8.2. *Автоматизация e-mail-маркетинга, приложения, платформы и преимущества*
 - 3.8.3. *Появление ботов и чат-ботов в маркетинге: типология и платформы*
 - 3.9. *Инструменты управления данными*
 - 3.9.1. *CRM в области цифровой стратегии, типологий и приложений, платформ и тенденций*
 - 3.9.2. *Большие данные: Большие данные, бизнес-аналитика и бизнес-интеллект*
 - 3.9.3. *Большие данные, искусственный интеллект и наука о данных*
 - 3.10. *Измерение рентабельности*
 - 3.10.1. *ROI: определение окупаемости инвестиций и ROI vs. ROAS*
 - 3.10.2. *Оптимизация ROI*
 - 3.10.3. *Ключевые показатели*

05

Методика обучения

TECH – первый в мире университет, объединивший метод *кейс-стади* с *Relearning*, системой 100% онлайн-обучения, основанной на направленном повторении.

Эта инновационная педагогическая стратегия была разработана для того, чтобы предложить профессионалам возможность обновлять свои знания и развивать навыки интенсивным и эффективным способом. Модель обучения, которая ставит студента в центр учебного процесса и отводит ему ведущую роль, адаптируясь к его потребностям и оставляя в стороне более традиционные методологии.



“

TECH подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Студент — приоритет всех программ ТЕСН

В методике обучения ТЕСН студент является абсолютным действующим лицом. Педагогические инструменты каждой программы были подобраны с учетом требований к времени, доступности и академической строгости, которые предъявляют современные студенты и наиболее конкурентоспособные рабочие места на рынке.

В асинхронной образовательной модели ТЕСН студенты сами выбирают время, которое они выделяют на обучение, как они решат выстроить свой распорядок дня, и все это — с удобством на любом электронном устройстве, которое они предпочитают. Студентам не нужно посещать очные занятия, на которых они зачастую не могут присутствовать. Учебные занятия будут проходить в удобное для них время. Вы всегда можете решить, когда и где учиться.

“

В ТЕСН у вас НЕ будет занятий в реальном времени, на которых вы зачастую не можете присутствовать”



Самые обширные учебные планы на международном уровне

TECH характеризуется тем, что предлагает наиболее обширные академические планы в университетской среде. Эта комплексность достигается за счет создания учебных планов, которые охватывают не только основные знания, но и самые последние инновации в каждой области.

Благодаря постоянному обновлению эти программы позволяют студентам быть в курсе изменений на рынке и приобретать навыки, наиболее востребованные работодателями. Таким образом, те, кто проходит обучение в TECH, получают комплексную подготовку, которая дает им значительное конкурентное преимущество для продвижения по карьерной лестнице.

Более того, студенты могут учиться с любого устройства: компьютера, планшета или смартфона.

“

Модель TECH является асинхронной, поэтому вы можете изучать материал на своем компьютере, планшете или смартфоне в любом месте, в любое время и в удобном для вас темпе”

Case studies или метод кейсов

Метод кейсов является наиболее распространенной системой обучения в лучших бизнес-школах мира. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты юридических факультетов не просто изучали законы на основе теоретических материалов, он также имел цель представить им реальные сложные ситуации. Таким образом, они могли принимать взвешенные решения и выносить обоснованные суждения о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

При такой модели обучения студент сам формирует свою профессиональную компетенцию с помощью таких стратегий, как *обучение действием* (learning by doing) или *дизайн-мышление* (design thinking), используемых такими известными учебными заведениями, как Йель или Стэнфорд.

Этот метод, ориентированный на действия, будет применяться на протяжении всего академического курса, который студент проходит в TECH. Таким образом, они будут сталкиваться с множеством реальных ситуаций и должны будут интегрировать знания, проводить исследования, аргументировать и защищать свои идеи и решения. Все это делается для того, чтобы ответить на вопрос, как бы они поступили, столкнувшись с конкретными сложными событиями в своей повседневной работе.



Метод *Relearning*

В ТЕСН метод кейсов дополняется лучшим методом онлайн-обучения – *Relearning*.

Этот метод отличается от традиционных методик обучения, ставя студента в центр обучения и предоставляя ему лучшее содержание в различных форматах. Таким образом, студент может пересматривать и повторять ключевые концепции каждого предмета и учиться применять их в реальной среде.

Кроме того, согласно многочисленным научным исследованиям, повторение является лучшим способом усвоения знаний. Поэтому в ТЕСН каждое ключевое понятие повторяется от 8 до 16 раз в рамках одного занятия, представленного в разных форматах, чтобы гарантировать полное закрепление знаний в процессе обучения.

Метод Relearning позволит тебе учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, глубже вовлекаясь в свою специализацию, развивая критическое мышление, умение аргументировать и сопоставлять мнения – прямой путь к успеху.



Виртуальный кампус на 100% в онлайн-формате с лучшими учебными ресурсами

Для эффективного применения своей методики ТЕСН предоставляет студентам учебные материалы в различных форматах: тексты, интерактивные видео, иллюстрации, карты знаний и др. Все они разработаны квалифицированными преподавателями, которые в своей работе уделяют особое внимание сочетанию реальных случаев с решением сложных ситуаций с помощью симуляции, изучению контекстов, применимых к каждой профессиональной сфере, и обучению на основе повторения, с помощью аудио, презентаций, анимации, изображений и т.д.

Последние научные данные в области нейронаук указывают на важность учета места и контекста, в котором происходит доступ к материалам, перед началом нового процесса обучения. Возможность индивидуальной настройки этих параметров помогает людям лучше запоминать и сохранять знания в гиппокампе для долгосрочного хранения. Речь идет о модели, называемой *нейрокогнитивным контекстно-зависимым электронным обучением*, которая сознательно применяется в данной университетской программе.

Кроме того, для максимального содействия взаимодействию между наставником и студентом предоставляется широкий спектр возможностей для общения как в реальном времени, так и в отложенном (внутренняя система обмена сообщениями, форумы для обсуждений, служба телефонной поддержки, электронная почта для связи с техническим отделом, чат и видеоконференции).

Этот полноценный Виртуальный кампус также позволит студентам ТЕСН организовывать свое учебное расписание в соответствии с личной доступностью или рабочими обязательствами. Таким образом, студенты смогут полностью контролировать академические материалы и учебные инструменты, необходимые для быстрого профессионального развития.



Онлайн-режим обучения на этой программе позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптировав его к своему расписанию”

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Студенты, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.

Методика университета, получившая самую высокую оценку среди своих студентов

Результаты этой инновационной академической модели подтверждаются высокими уровнями общей удовлетворенности выпускников ТЕСН.

Студенты оценивают качество преподавания, качество материалов, структуру и цели курса на отлично. Неудивительно, что учебное заведение стало лучшим университетом по оценке студентов на платформе отзывов Trustpilot, получив 4,9 балла из 5.

Благодаря тому, что ТЕСН идет в ногу с передовыми технологиями и педагогикой, вы можете получить доступ к учебным материалам с любого устройства с подключением к Интернету (компьютера, планшета или смартфона).

Вы сможете учиться, пользуясь преимуществами доступа к симулированным образовательным средам и модели обучения через наблюдение, то есть учиться у эксперта (learning from an expert).



Таким образом, в этой программе будут доступны лучшие учебные материалы, подготовленные с большой тщательностью:



Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными. Затем эти материалы переносятся в аудиовизуальный формат, на основе которого строится наш способ работы в интернете, с использованием новейших технологий, позволяющих нам предложить вам отличное качество каждого из источников, предоставленных к вашим услугам.



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.



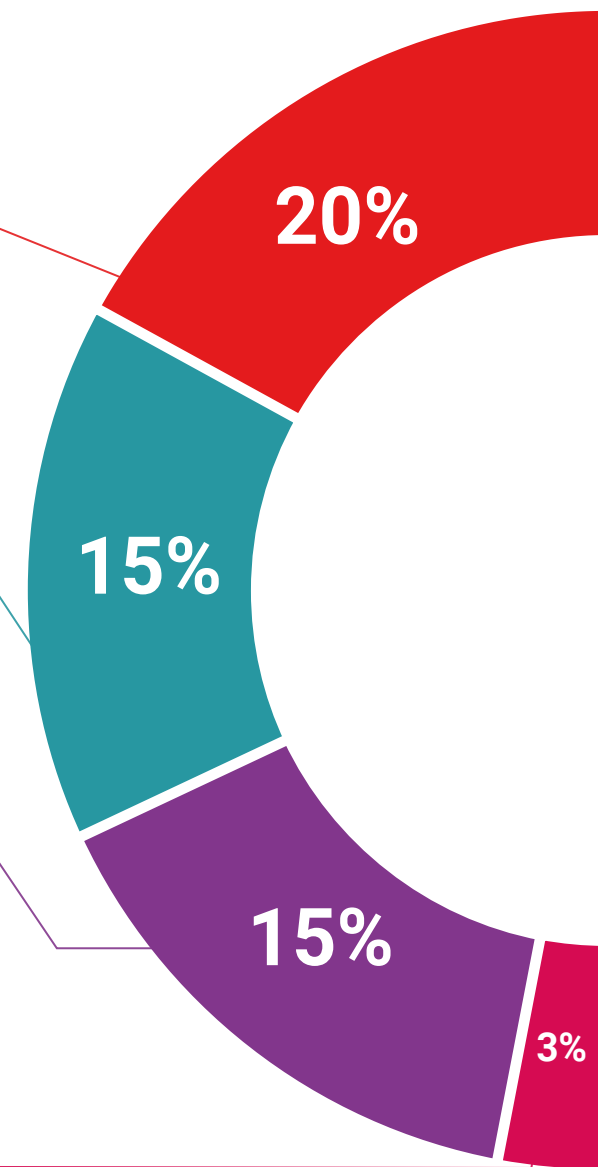
Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной форме для воспроизведения на мультимедийных устройствах, которые включают аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний. Эта эксклюзивная образовательная система для презентации мультимедийного содержания была награждена Microsoft как "Кейс успеха в Европе".



Дополнительная литература

Последние статьи, консенсусные документы, международные рекомендации... В нашей виртуальной библиотеке вы получите доступ ко всему, что необходимо для прохождения обучения.





Кейс-стади

Студенты завершат выборку лучших кейс-стади по предмету. Кейсы представлены, проанализированы и преподаются ведущими специалистами на международной арене.



Тестирование и повторное тестирование

Мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания на протяжении всей программы. Мы делаем это на 3 из 4 уровней пирамиды Миллера.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны. Так называемый метод обучения у эксперта (learning from an expert) укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в ваших будущих сложных решениях.



Краткие справочные руководства

TECH предлагает наиболее актуальные материалы курса в виде карточек или кратких справочных руководств. Это сжатый, практичный и эффективный способ помочь студенту продвигаться в обучении.



06

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

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

Данный **Курс профессиональной подготовки в области коммуникации и брендинга в креативных индустриях** 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 коммуникации и брендинга в креативных индустриях**

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

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Коммуникация и брендинг
в креативных индустриях

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

