

专科文凭

数字环境中的沟通



tech 科学技术大学

专科文凭 数字环境中的沟通

- » 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.techitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication-digital-environment

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

16

05

方法

22

06

学位

26

01 介绍

近年来,由于数字环境的发展和巩固,企业通信发生了深刻的变化,这种情况迫使专业人员更新知识,以成功面对这种变化带来的新挑战。通过参加这个数字环境中的交流学术课程,学生将加深他们作为交流者的技能,并发展必要的技能来创造和制作数字内容,以及设计在线交流活动和计划。





“

一个高水平的培训,将使记者和
通讯员在其职业中获得成功”

沟通已被确立为实现公司绝大多数目标的必要条件。它所处的复杂的数字生态系统要求记者和传播专业人士对其中可能发生的变化和趋势非常了解。

大众媒体的主导地位已经被社交网络夺走, 后者的双向性迫使公司的传播经理用知识和技能来武装自己, 使他能够面对用户的简单评论所带来的通常的危机。

因此, 公司内部沟通者的作用比以往任何时候都更加关键。仅仅知道如何传达信息已经不够了; 现在有必要知道如何突破受众的心理, 这些受众被算法根据他们的需求定制的信息轰炸, 不惜一切代价抓住他们的注意力。在这场争夺消费者, 客户和用户时间的战斗中, 关键是要明智地, 有针对性地, 灵活地管理信息。

简而言之, 这是一个高质量和有远见的课程, 根据工作世界对传播者的要求而设计, 其目标是引导学生在数字环境中的传播领域取得优异成绩。因此, 其100%的在线形式使学生能够在闲暇时组织学习时间, 而不需要前往教育中心。

这个**数字环境中的沟通专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由企业沟通专家介绍案例研究的发展
- ◆ 其图形化, 示意图和突出的实用性内容, 以其为构思, 为看重专业实践的学科提供科学并贴近实践的信息
- ◆ 企业传播的新动向
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践, 以推进学习
- ◆ 他特别强调新闻业的创新方法, 数字环境中的传播
- ◆ 基于算法的互动学习系统, 对新闻和数字通信中提出的情况进行决策
- ◆ 理论讲座, 向专家提问, 关于有争议问题的讨论论坛和个人反思工作
- ◆ 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



与该领域最好的专业人员
一起工作, 感谢这所具有
卓越课程价值的专科文凭"

“

近年来,新闻行业已经大大地多样化了。今天,工作机会最多的专业领域之一是数字环境中的通信”

该课程的教学人员包括来自新闻和传播领域的专业人士,他们将自己的工作经验带入到这一培训中,以及来自领先公司和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的,将允许专业人员进行情景式学习,即一个模拟的环境,提供一个沉浸式的学习程序,为真实情况进行培训。

该课程的设计侧重于基于问题的学习,通过这种学习,学生必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。为此,专业人员将得到一个由数字环境中的通信领域公认的专家创建的创新互动视频系统的帮助。

成为一名优秀的记者,并学会在各行业的公司通信部门成功工作。

TECH为您提供市场上最好的数字通信学术课程。你所要带的只是学习的愿望。



02 目标

该课程旨在加强技能,并帮助发展传播领域能力和技能,这对作为记者和传播者的专业发展至关重要。完成该课程后,学生将能够确定和实施具体的行动,无论是作为公司新闻办公室的一部分还是作为专门的记者。通过这种方式,你将把自己定位为一个成功的专业人士,获得强大的能力并能够管理不同规模的项目。





“

如果你的目标是在公司中发展成为一名记者和传播者,产生成功的数字战略,这个课程对你来说是理想的”



总体目标

- ◆ 对通信环境有一个全面和专业的看法, 确定该部门的特点, 以及它对整个商业结构的影响和反响
- ◆ 掌握基本和先进的知识, 使毕业生能够产生新的通信生态系统
- ◆ 加强管理, 分析, 创造和领导能力, 这是企业传播的主要能力
- ◆ 培养优秀的写作和口语及书面, 口头和非口头沟通能力
- ◆ 获得履行数字传播者职能所需的道德责任
- ◆ 培养批判性思维
- ◆ 通过审视自己的工作, 发现机会并能有所发展
- ◆ 通过对专业标准的观察, 分析, 解释和行动, 通过批判性报告提高决策的敏捷性
- ◆ 理解并以有效的方式再现沟通过程, 使其适应每个渠道, 公司情况和目标受众

“

通过这一完整的经验, 学习作为专家在经济领域工作, 这将使你掌握这一领域特有的工具和工作方式”





具体目标

模块1.管理技能

- ◆ 将创意过程应用于企业传播领域
- ◆ 实施严格的指标,用综合非财务指标显示无形资产战略管理的回报,并对业务产生直接影响
- ◆ 识别媒体的受众。以有效地管理任何组织的通信部门的所有方面

模块2.企业传播,品牌战略和声誉

- ◆ 设计创新战略和政策,提高管理和商业效率
- ◆ 计划和执行全面的沟通计划

模块3.数字环境中的传播战略

- ◆ 能够根据时间表和预算来设计一个成功的社交媒体计划
- ◆ 了解创建战略的主要数字工具

模块4.绩效和内向型营销

- ◆ 衡量一个品牌的在线声誉
- ◆ 制定在线忠诚度战略,并设计一个数字通信计划

03

课程管理

这一学术项目拥有目前教育市场上最专业的教学团队。这些专家是TECH精选的，负责制定整个课程路线图。他们依据自身经验和最新的证据设计了最为更新的课程内容，确保在这一重要领域提供卓越的质量保障。



“

TECH 提供最专业的教学团队，
立即报名，享受你应得的品质”

国际客座董事

因其创造力、领导力和高质量的信息内容而获得“国际内容营销奖”，Wendy Thole-Muir是一位知名的沟通总监，在声誉管理领域中具有高度专业性。

在这方面，她在这一领域拥有超过二十年的丰富职业经历，曾在诸如Coca-Cola等国际知名机构工作。她的角色包括监督和管理公司沟通，以及控制组织形象。她的主要贡献之一是领导实施了内部互动平台Yammer，借此提升了员工对品牌的承诺，并建立了一个显著改善信息传递的社区。

此外，她还负责管理各个非洲国家企业的策略投资的沟通。例如，她参与了关于在肯尼亚重大投资的对话，展示了企业对该国经济和社会发展的承诺。同时，她还因其在各市场上管理公司形象的能力而获得了多个奖项，成功使公司保持高度知名度，并让消费者将其与高质量联系在一起。

她始终致力于卓越，积极参与全球知名的会议和研讨会，旨在帮助信息专业人士掌握最先进的沟通战略规划技巧。因此，她帮助了许多专家有效应对机构危机和不利事件。



Thole-Muir, Wendy 女士

- 可口可乐公司战略沟通与企业声誉总监, 南非
- 负责ABI (SABMiller) 公司在比利时的企业声誉与沟通
- ABI公司在比利时的沟通顾问
- Third Door在南非豪登省的声誉与沟通顾问
- 南非大学社会行为研究硕士
- 南非大学社会学与心理学专业硕士
- 夸祖鲁-纳塔尔大学政治科学与工业社会学学士
- 南非大学心理学学士

“

感谢 TECH, 您将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

04

结构和内容

内容的结构是由一个新闻学, 市场营销和传播学的专业团队创建的, 他们意识到该领域的培训和更新作为深化知识领域的一种手段是非常重要的, 因此设计了一个非常完整的教学大纲, 专门为信息科学领域的专业人员提供有关数字传播世界的奇特性和特点的前沿知识。因此, 在完成培训后, 学生将更好地准备以更自主和更有能力的方式在这一领域工作。





“

我们拥有市场上最完整和最新的学习计划, 这将使你进入一个令人兴奋的世界, 并完全保证成功”

模块1.管理技能

- 1.1. 公开演讲和代言人培训
 - 1.1.1. 人际沟通
 - 1.1.2. 沟通技巧和影响力
 - 1.1.3. 沟通给障碍
- 1.2. 沟通和领导
 - 1.2.1. 领导力和领导风格
 - 1.2.2. 激励
 - 1.2.3. 领导者的能力和技能2.0
- 1.3. 个人品牌
 - 1.3.1. 发展个人品牌的策略
 - 1.3.2. 个人品牌建设的法则
 - 1.3.3. 建立个人品牌的工具
- 1.4. 团队管理
 - 1.4.1. 工作团队和会议管理
 - 1.4.2. 管理变革进程
 - 1.4.3. 管理多文化团队
 - 1.4.4. 教练
- 1.5. 谈判和冲突决议
 - 1.5.1. 有效的谈判技巧
 - 1.5.2. 人际冲突
 - 1.5.3. 跨文化谈判
- 1.6. 情绪智力
 - 1.6.1. 情绪智力和沟通
 - 1.6.2. 自信,同理心和积极倾听
 - 1.6.3. 自尊心和情感语言
- 1.7. 关系资本.协同工作
 - 1.7.1. 人力资本管理
 - 1.7.2. 性能分析
 - 1.7.3. 平等和多样性管理
 - 1.7.4. 人员管理的创新



- 1.8. 时间管理
 - 1.8.1. 规划, 组织和控制
 - 1.8.2. 时间管理方法
 - 1.8.3. 行动计划
 - 1.8.4. 有效管理时间的工具

模块2. 企业传播, 品牌战略和声誉

- 2.1. 企业传播, 品牌战略和声誉
 - 2.1.1. 企业形象和战略愿景
 - 2.1.2. 身份认同和重新定义企业价值观
 - 2.1.3. 公司业务文化
 - 2.1.4. 传播部门的挑战
- 2.2. 企业品牌战略
 - 2.2.1. 公共形象和利益相关者
 - 2.2.2. 企业品牌和管理
 - 2.2.3. 与品牌识别相一致的企业沟通战略
- 2.3. 信誉理论
 - 2.3.1. 信誉是良好业务的典范
 - 2.3.2. 公司声誉的概念
 - 2.3.3. 内部声誉
 - 2.3.4. 国际化对企业声誉的影响
- 2.4. 信誉评估
 - 2.4.1. 公司声誉的审计
 - 2.4.2. 上市公司声誉监测
 - 2.4.3. 良好治理的声誉指数
 - 2.4.4. 部门声誉分析
- 2.5. 信誉管理
 - 2.5.1. 企业声誉管理
 - 2.5.2. 品牌声誉方法
 - 2.5.3. 领导声誉管理

- 2.6. 声誉风险和危机管理
 - 2.6.1. 倾听和管理观念
 - 2.6.2. 程序, 危机手册和应急计划
 - 2.6.3. 培训紧急情况下的发言人
- 2.7. 伦理的可持续性
 - 2.7.1. 可持续发展战略和标准
 - 2.7.2. 具有可持续性标准的交流活动
 - 2.7.3. 可持续的品牌定位和形象
- 2.8. 品牌和声誉指标和分析
 - 2.8.1. 企业品牌衡量标准介绍
 - 2.8.2. 内部和外部测量指标
 - 2.8.3. 品牌管理工具
 - 2.8.4. 排名和品牌评估

模块3. 数字环境中的传播战略

- 3.1. 网络2.0或社会网络
 - 3.1.1. 谈话时代的组织
 - 3.1.2. Web 2.0就是人
 - 3.1.3. 数字环境和新的通信格式
- 3.2. 沟通和数字声誉
 - 3.2.1. 在线声誉报告
 - 3.2.2. 社会网络中的网络礼节和良好做法
 - 3.2.3. 品牌建设和网络 2.0
- 3.3. 设计和规划一个在线声誉计划
 - 3.3.1. 品牌声誉计划
 - 3.3.2. 一般指标, 投资回报率和社交 CRM
 - 3.3.3. 在线危机和声誉SEO
- 3.4. 综合类, 专业类和 微博类平台
 - 3.4.1. 脸书
 - 3.4.2. LinkedIn
 - 3.4.3. 谷歌+
 - 3.4.4. 推特

- 3.5. 视频, 图像和移动平台
 - 3.5.1. YouTube
 - 3.5.2. Instagram
 - 3.5.3. Flickr
 - 3.5.4. Vimeo
 - 3.5.5. Pinterest
- 3.6. 内容和 讲故事的策略
 - 3.6.1. 企业博客
 - 3.6.2. 内容营销策略
 - 3.6.3. 创建一个内容计划
 - 3.6.4. 内容策展战略
- 3.7. 社交媒体战略
 - 3.7.1. 企业公共关系和 社交媒体
 - 3.7.2. 界定在每种媒介中应遵循的战略
 - 3.7.3. 对结果的分析 and 评价
- 3.8. 社区管理
 - 3.8.1. 社区经理的角色, 任务和责任
 - 3.8.2. 社交媒体经理
 - 3.8.3. 社交媒体战略家
- 3.9. 社交媒体计划
 - 3.9.1. 设计一个社交媒体计划
 - 3.9.2. 日历, 预算, 期望和监测
 - 3.9.3. 发生危机时的应急协议
- 3.10. 在线监测工具
 - 3.10.1. 管理工具和桌面应用程序
 - 3.10.2. 监测和研究工具

模块4.绩效和内向型营销

- 4.1. 许可营销
 - 4.1.1. 如何获得用户的许可?
 - 4.1.2. 信息的个性化
 - 4.1.3. 邮件确认或双重选择加入
- 4.2. 战略和性能技术
 - 4.2.1. 绩效营销:结果
 - 4.2.2. 数字媒体混合
 - 4.2.3. 漏斗的重要性
- 4.3. 发展营销会员活动
 - 4.3.1. 代理机构和联盟计划
 - 4.3.2. 观点
 - 4.3.3. 设计联系方案
 - 4.3.4. 展示和宣传活动的优化
- 4.4. 启动联盟计划
 - 4.4.1. 关联网络和直接关联
 - 4.4.2. 监测和结果分析
 - 4.4.3. 欺诈控制
- 4.5. 电子邮件活动的发展
 - 4.5.1. 订阅者, 信息和客户名单
 - 4.5.2. 电子邮件营销工具和资源
 - 4.5.3. 为电子邮件营销活动撰写在线文案
- 4.6. 电子邮件营销指标
 - 4.6.1. 列表指标
 - 4.6.2. 新闻稿的发送技巧
 - 4.6.3. 转换指标
- 4.7. 内向型营销
 - 4.7.1. 有效的内向型营销
 - 4.7.2. 内向型营销的好处
 - 4.7.3. 衡量内向型营销的成功
- 4.8. 目标研究
 - 4.8.1. 消费者意向模型色 和买方角
 - 4.8.2. 客户旅程图
 - 4.8.3. 内容战略
- 4.9. 内容优化
 - 4.9.1. 针对搜索引擎的内容优化
 - 4.9.2. 内容生成
 - 4.9.3.内容动态化
- 4.10. 转换
 - 4.10.1.领先的捕获和 CRO
 - 4.10.2.潜在客户培养 和 营销自动化



一个学术独特, 关键和决定性的经验, 以促进你的职业发展"

05 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: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与基于循环的100%在线学习系统相结合,在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: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

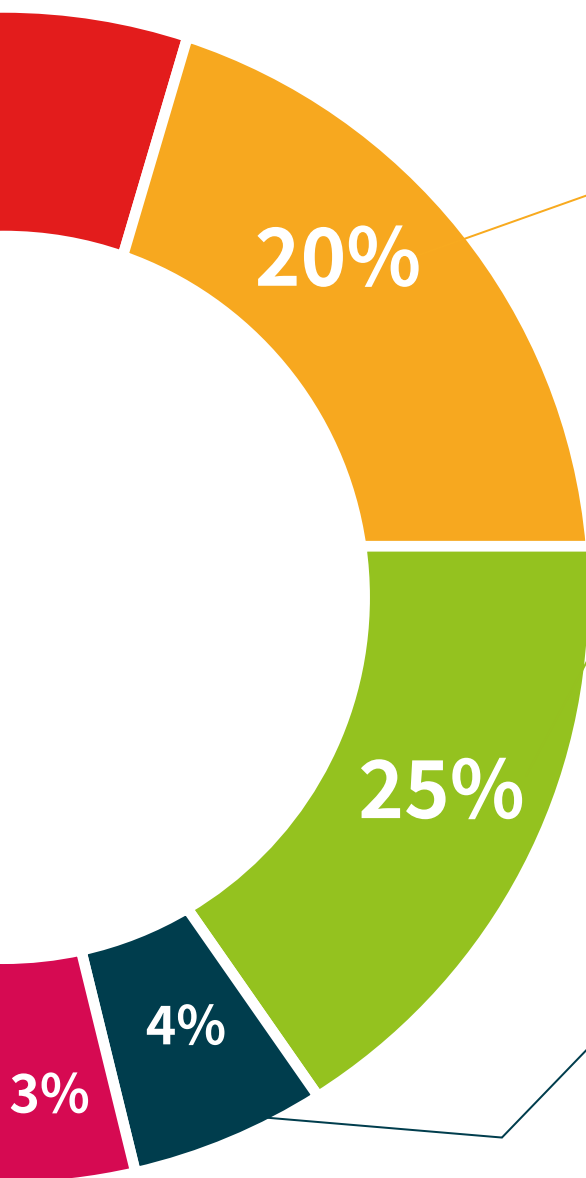
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



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。



06 学位

数字环境中的沟通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。





“

成功地完成这一项目,并获得你的大学学位,没有旅行或行政文书的麻烦”

这个数字环境中的沟通**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: **数字环境中的沟通专科文凭**

官方学时: **375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
数字环境中的沟通

- » 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

数字环境中的沟通



tech 科学技术大学