

# 专科文凭 广告创意策略





**tech** 科学技术大学

## 专科学历 广告创意策略

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学位:TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

网页链接: [www.techtitude.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-advertising-strategies](http://www.techtitude.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-creative-advertising-strategies)

# 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

---

30

# 01 介绍

广告业不断发展,创意是其背后的驱动力。在这个不断扩大的行业中,需要精通新技术、适应当前市场需求的专业人员。因此,这个课程是对广告业需求和当前挑战的全面回应,广告业正在寻求新的有效商业战略。因此,TECH 推出了这一学术资格,学生将学习广告创意的关键,从搜索引擎优化到社交媒体计划的有效实施。此外,感谢采用了 100% 在线的形式,毕业生可以根据自己的需要进行灵活的学习。





“

感谢 TECH, 通过这所  
100% 在线的 专科文  
凭, 你将掌握数字环境  
中最有效的广告策略”

随着新技术的发展,通信已成为组织管理中的一个战略过程。在这方面,广告既能帮助公司建立忠诚度,也能帮助公司与竞争对手区分开来。要成功做到这一点,行业专业人士必须重塑自我,采用创造性的技术来吸引消费者的兴趣。

为此,TECH 设计了这一课程,为学生提供最有效的策略。这样,他们就能充分发挥创意潜能,设计出具有影响力的活动。为此,这个课程涉及广告创新的新方法和新手段。它还深入探讨了如何创作鼓舞人心的内容,以及有效实施社交媒体计划的必要性。它还深入探讨了新的创意挑战,使从业人员能够找到正确的策略,以最佳方式应对这些挑战。

为了让学生能够轻松地进入课程,教学计划采用了 100% 的在线教学方法。通过这种方式,你只需要一台可以上网的设备,就可以扩展你的知识面,成为广告创意策略方面的专科文凭。从这个意义上讲,培训为学生提供了当今市场上最前卫的方法: Relearning。这种教学系统基于对最重要内容的重复,以确保自然学习,并能够在学生的记忆中持久保留。

这个**广告创意策略专科文凭**包含市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由广告创意专家介绍案例研究的发展情况
- ◆ 这个书的内容图文并茂、示意性强、实用性强,提供了专业实践中必不可少的学科的前沿实用信息
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 其特别强调创新方法
- ◆ 理论课、向专家提问、关于有争议问题的讨论区和这个反思性论文
- ◆ 可从任何连接互联网的固定或便携设备上访问内容

“

利用市场上最前卫的方法在广告界脱颖而出: Relearning"

“

感谢了这所专科文凭，  
你将能够使用创新的广告技术，成功地克服该行业的挑战”

通过 TECH, 你将掌握主要的数字技术, 从而提高创造力, 扩大影响力。

通过该程序, 你可以充分利用 TikTok、X、Facebook 和 Instagram 等社交网络。

这个课程的教学人员包括来自这个行业的专业人士, 他们将自己的工作经验带到了这一培训中, 还有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, 提供一个身临其境的培训, 为真实情况进行培训。

这个课程的设计重点是基于问题的学习, 藉由这种学习, 专业人员必须努力解决整个学年出现的不同的专业实践情况。为此, 你将获得由知名专家制作的新型交互式视频系统的帮助。



# 02 目标

TECH 推出了一项尖端课程,使学生能够掌握在通信和广告领域出类拔萃所需的技能。为此,我们提供了资源,重点介绍如何将创意应用到主要的社交媒体平台和网络,包括 TikTok、X 和 Instagram。同时,它还分析了广告领域的新趋势,重点是将增强现实技术融入广告作为一种差异化战略。



“

通过这个专科文凭,你将在广告中运用创新技术,确保公众的跟进和忠诚”



## 总体目标

- ◆ 展示创意作为传播发展中的合作者的愿景
- ◆ 吸收理论/实践知识, 以便 从任何角度发挥创意功能
- ◆ 利用工具支持创造力
- ◆ 提高知识和专业技能, 以便能够在任何类型的机构或营销部门的创意部门进行整合和开展工作
- ◆ 通过必要的技能, 使专业人员能够提高解决问题的能力, 发展基这个的专业能力
- ◆ 展示创意作为传播发展中的合作者的愿景
- ◆ 与参与构思的其他行动者合作, 制定改善创造性成果的行动和倡议





## 具体目标

### 模块 1. 广告创意

- ◆ 深入了解什么是创造力, 创造力如何随着新技术的进步而发展, 以及创造力如何影响不同的专业领域
- ◆ 详述创意人员面临的挑战
- ◆ 证明创造性合作的价值
- ◆ 表明创意在不同职业中的相关性
- ◆ 研究激发创造力的最佳条件
- ◆ 了解创意在广告中的作用
- ◆ 研究创作的艺术参考资料
- ◆ 预见不断变化的竞争环境带来的挑战
- ◆ 邀请跨越边界
- ◆ 帮助理解每一次挑战都是一次成长的机会

### 模块 2. 数字创意

- ◆ 探索数字技术如何彻底改变了网络环境中的内容创作和推广策略
- ◆ 区分数字营销和广告
- ◆ 研究从横幅广告到增强现实广告等各种在线广告形式
- ◆ 深入探讨数字营销中的创意, 分析关键策略
- ◆ 研究搜索引擎优化, 将其作为提高网络知名度的重要工具
- ◆ 在电子邮件营销中, 推动将电子邮件作为促销、忠诚度和活动自动化的工具
- ◆ 深入探讨社交媒体及其潜力利用策略
- ◆ 分析与有影响力者的合作, 强化品牌形象

### 模块 3. 社交网络中的创造力

- ◆ 研究不同平台和媒体上的创意
- ◆ 全面概述创意如何适应每个社交网络
- ◆ 了解使用技术
- ◆ 发现创意技巧和灵感范例
- ◆ 分析博客和通讯中的创意



通过 TECH, 你将掌握优化搜索引擎定位的策略, 从而在搜索引擎中脱颖而出"

# 03

## 课程管理

TECH 致力于提供最前沿、最创新的学术课程,汇集了广告行业的真正专业人士。凭借多年的经验,教学团队为广告制作过程带来了富有创意和创新的方法。因此,这个培训为毕业生提供了吸引消费者注意力的最有效策略。为实现这一目标,教学人员注重使用最先进的工具,让学生在职业生涯中实现质的飞跃。





“

你可以从高素质的教师队伍中获得最好的教学材料,他们将为你提供完全创新的广告视野”

## 管理人员



### Labarta Vélez, Fernando 先生

- El Factor H 创意总监
- La Ibense 市场营销经理
- Beon Worldwide 活动创意总监
- Atrium Digital 的品牌内容 总监, Southern Communication Group、BSB 和 FCA BMZ Cid 的 Mettre 创意总监
- 塞维利亚大学商业与机构交流管理硕士学位讲师
- 《如何打造品牌》一书的合著者。用户和管理手册



# 04

## 结构和内容

为了保证学习的有效性，这个专科文凭资源由广告业的专家进行监督。同样，教师们编写的教材在为毕业生提供最新信息和最先进的技术以提高他们的技能方面也表现出色。为了实现这一目标，学术路径得到了 Relearning 系统的支持。通过 TECH 开发的这一方法，重申了激励学习记忆的最相关方面。





“

感谢了 TECH 的资源, 你将成为一名创意专家, 并能在广告业最负盛名的公司中领导团队”

## 模块 1. 广告创意

- 1.1. 什么是创造力?
  - 1.1.1. 定义
  - 1.1.2. 创意模式在不断变化。新技术的出现, 提高效率的需要
  - 1.1.3. 创意人员在制定创新战略时面临的挑战合作的益处
  - 1.1.4. 需要创造力的职业
  - 1.1.5. 因非凡创造力而脱颖而出的人
- 1.2. 创造最佳条件。创意的产生
  - 1.2.1. 创作阶段
  - 1.2.2. 聚焦问题
  - 1.2.3. 放松、享受
  - 1.2.4. 搞错了
  - 1.2.5. 游戏和激发游戏的技巧
- 1.3. 创意主题
  - 1.3.1. 对创意的要求
  - 1.3.2. 稳定性
  - 1.3.3. 创意的氟石
  - 1.3.4. 爱上项目
  - 1.3.5. 创意好还是不好?
  - 1.3.6. 创意的记忆
- 1.4. 制定创新战略对创意者的挑战
  - 1.4.1. 客户关系: 公司、个人、组织、地区
  - 1.4.2. 与其他利益相关者的关系: 供应商 (摄影师、策划师、广播公司、设计师等)、同事、机构经理、人工智能等
  - 1.4.3. 消费者关系
  - 1.4.4. 团队建设的重要性
- 1.5. 创意项目的背景
  - 1.5.1. 向市场推出创新产品
  - 1.5.2. 创意策略
  - 1.5.3. 复杂的产品或服务
  - 1.5.4. 个性化交流



- 1.6. 广告类型。创造性和非创造性
  - 1.6.1. 创新者、仿制者、模仿者等
  - 1.6.2. 原始广告之间的差异
  - 1.6.3. 通过创意获得客户的方法
- 1.7. 传播中的艺术创造力
  - 1.7.1. 21 个充满创意的理由
  - 1.7.2. 我们所说的传播艺术
  - 1.7.3. 广告创意的艺术参考
- 1.8. 新的创意挑战
  - 1.8.1. 新渠道、新技术、新趋势等
  - 1.8.2. 开发新的格式
  - 1.8.3. 在创新广告中采用新技术的必要性
  - 1.8.4. 竞争者的加入
  - 1.8.5. 创意的生命周期
  - 1.8.6. 可持续性、包容性语言
- 1.9. 广告创意趋势
  - 1.9.1. 客户在决策中的作用
  - 1.9.2. 新的方法和手段
  - 1.9.3. 新技术
- 1.10. 广告创意的局限性
  - 1.10.1. 获取最具创新性的想法
  - 1.10.2. 好创意的成本
  - 1.10.3. 信息的相关性
  - 1.10.4. 决策图
  - 1.10.5. 找到正确的平衡
- 2.1. 什么是数字创意?
  - 2.1.1. 数字技术创造
  - 2.1.2. 提高创造力的数字技术
  - 2.1.3. 结论
- 2.2. 数字广告与数字营销的区别
  - 2.2.1. 描述 数字营销
  - 2.2.2. 描述 数字广告
  - 2.2.3. 结论
- 2.3. 数字广告的创意
  - 2.3.1. 旗帜
  - 2.3.2. 搜索广告
  - 2.3.3. 视频广告
  - 2.3.4. 本地广告
  - 2.3.5. 社交媒体广告
  - 2.3.6. 展示广告
  - 2.3.7. 增强现实广告
  - 2.3.8. 电子邮件广告
- 2.4. 数字营销中的创意
  - 2.4.1. 内容生成
  - 2.4.2. 相关性和价值
  - 2.4.3. 形式多样
  - 2.4.4. 定位为专家
  - 2.4.5. 频率和一致性
  - 2.4.6. 衡量成果
- 2.5. 搜索引擎优化
  - 2.5.1. 搜索引擎优化
  - 2.5.2. 搜索引擎优化指标
  - 2.5.3. 结论
- 2.6. 电子邮件营销
  - 2.6.1. 推广产品和服务
  - 2.6.2. 新闻和相关信息
  - 2.6.3. 后续行动和忠诚度
  - 2.6.4. 自动化

## 模块 2. 数字创意

- 2.7. 社交媒体营销
  - 2.7.1. 扩大影响力和知名度
  - 2.7.2. 培育社区
  - 2.7.3. 创建鼓舞人心的内容
  - 2.7.4. 潜在客户生成和转化
  - 2.7.5. 与有影响力的人合作
  - 2.7.6. 反馈与改进
  - 2.7.7. 品牌和权威
- 2.8. 联属营销
  - 2.8.1. 遴选策略
  - 2.8.2. 搜索工具
  - 2.8.3. 如何发挥创造力
  - 2.8.4. 实例
- 2.9. 影响者营销
  - 2.9.1. 遴选策略
  - 2.9.2. 搜索工具
  - 2.9.3. 如何发挥创造力
  - 2.9.4. 实例
- 2.10. 社交媒体计划
  - 2.10.1. 结构和基本内容
  - 2.10.2. 创意范例
  - 2.10.3. 结论

### 模块 3. 社交网络中的创造力

- 3.1. TikTok 的创造力
  - 3.1.1. 使用技术方面
  - 3.1.2. 如何在 TikTok 上发挥创意
  - 3.1.3. 实例
- 3.2. X 的创造力
  - 3.2.1. 使用技术方面
  - 3.2.2. 如何在 X 中发挥创意
  - 3.2.3. 实例





- 3.3. Facebook 上的创意
  - 3.3.1. 使用技术方面
  - 3.3.2. 如何在 Facebook 上发挥创意
  - 3.3.3. 实例
- 3.4. Instagram 上的创意
  - 3.4.1. 使用技术方面
  - 3.4.2. 如何在 Instagram 上发挥创意
  - 3.4.3. 实例
- 3.5. LinkedIn 上的创意
  - 3.5.1. 使用技术方面
  - 3.5.2. 如何在 LinkedIn 上发挥创意
  - 3.5.3. 实例
- 3.6. YouTube 上的创意
  - 3.6.1. 使用技术方面
  - 3.6.2. 如何在 YouTube 上发挥创意
  - 3.6.3. 实例
- 3.7. Whatsapp 上的创意
  - 3.7.1. 使用技术方面
  - 3.7.2. 如何在 Whatsapp 上发挥创意
  - 3.7.3. 实例
- 3.8. 博客创意
  - 3.8.1. 使用技术方面
  - 3.8.2. 如何在博客上发挥创意
  - 3.8.3. 实例
- 3.9. 通讯创意
  - 3.9.1. 使用技术方面
  - 3.9.2. 如何在通讯中发挥创意
  - 3.9.3. 实例
- 3.10. 维基百科上的创造力
  - 3.10.1. 使用技术方面
  - 3.10.2. 如何在维基百科上发挥创意
  - 3.10.3. 实例

# 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: Re-learning。

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 Re-learning, 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。

## Re-learning 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: Re-learning。

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 Re-learning。

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。

Re-learning 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。



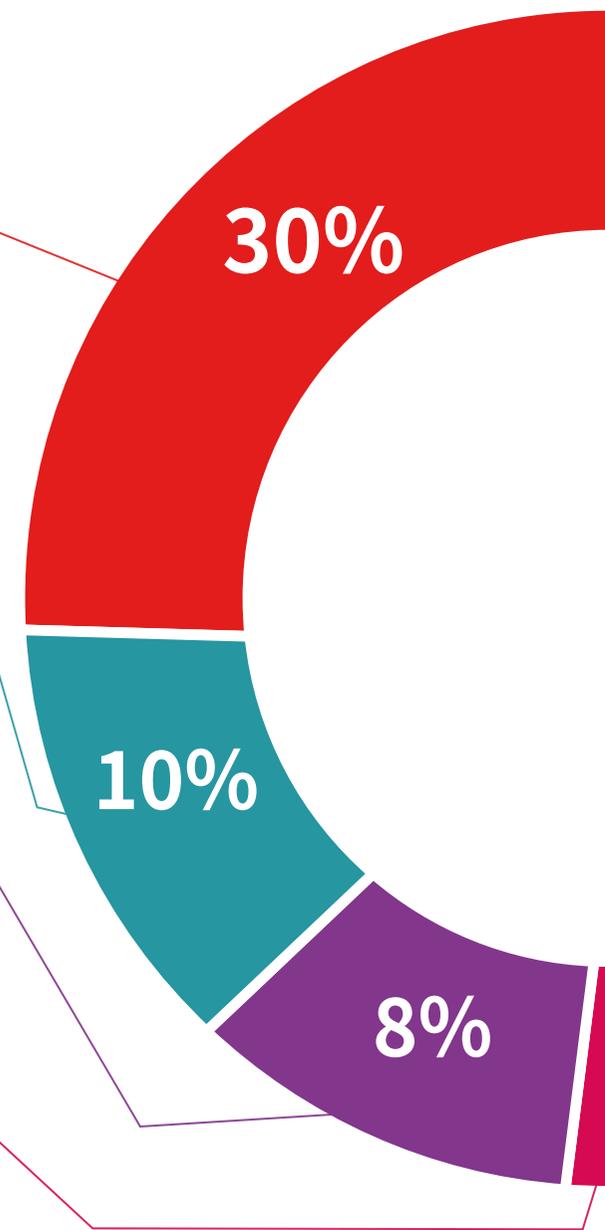
### 技能和能力的实践

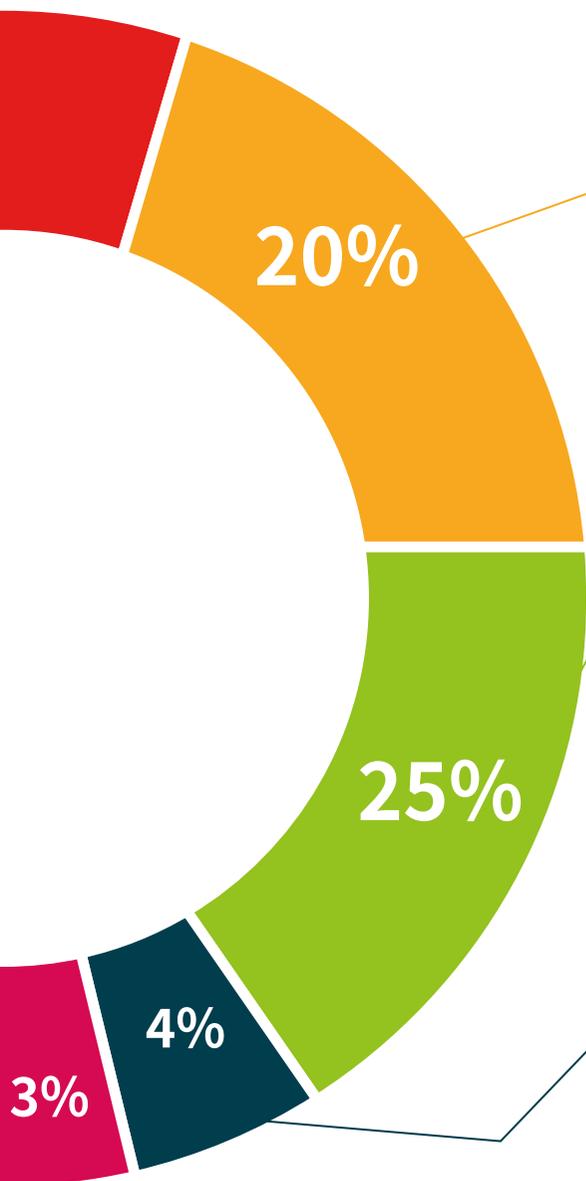
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 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

广告创意策略专科文凭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。





“

顺利完成这个课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个**广告创意策略专科文凭**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: **广告创意策略专科文凭**

模式: **在线**

时长: **6个月**



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 培 质量  
网上教室 发展 语言 机构

**tech** 科学技术大学

专科文凭  
广告创意策略

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学位:TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

# 专科文凭 广告创意策略

