

Курс профессиональной подготовки
Цифровой маркетинг
для социальных сетей



OPTIMIZATION.

**DIGITAL
MARKETING**

SEO

FEED
BACK
FEED



Курс профессиональной подготовки

Цифровой маркетинг для социальных сетей

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

Веб-доступ: www.techtute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-digital-marketing-social-media

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

Маркетинговые отделы являются одними из основных подразделений компаний, поскольку они обладают огромной властью в сфере потребления и могут направлять свои кампании на наиболее репрезентативных для брендов потребителей, а также анализировать рынок и разрабатывать конкурентные стратегии, позволяющие добиться большего охвата в рекламе. Специализация журналистов в данной области растет, поэтому ТЕСН разработал специальную программу для этого профиля специалистов, учитывая их потребности и потребности компаний.



“

Эта программа поможет вам научиться применять основные инструменты цифрового маркетинга для социальных сетей в своей профессиональной деятельности для достижения максимально возможного эффекта”

Маркетинговые стратегии тесно связаны с коммуникациями, так как передача того или иного сообщения является ключевым моментом в обоих случаях. В этой связи следует учитывать, что рекламная коммуникация изменилась за последние двадцать лет с созданием так называемой цифровой экосистемы, которая изменяет различные способы коммуникации благодаря возможностям, открываемым технологиями. Цифровая среда порождает иные ключи к социальному поведению, требует новых языков и изменяет отношения между отправителями и получателями сообщений. Это также предполагает новые модели контекстуализации и интерпретации контента.

По всем этим причинам важно понять роль коммуникации в маркетинговых процессах и, прежде всего, особенно важно улучшить подготовку журналистов в этой области, так как правильное использование ими языка делает их достойным специалистом, чтобы выделиться в этом секторе. В связи с этим ТЕСН разработал программу Курса профессиональной подготовки в Цифровой маркетинг для социальных сетей, которая позволит создать новый уровень подготовки специалистов, обеспечив их самыми инновационными ресурсами и передовыми знаниями в этой области. Таким образом, за время курса студент научится анализировать, интерпретировать и структурировать цифровую информацию создавать соответствующие маркетинговые концепции для достижения целей компаний.

Программа, которая научит студентов на собственном опыте успешно развиваться в области управления инструментами цифрового маркетинга для социальных сетей. Обучение происходит за счет сочетания практических и теоретических занятий, что дает уникальную возможность придать резюме большую наглядность.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Цифровой маркетинг для социальных сетей** содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Использование новейших технологий в области программного обеспечения для онлайн-обучения
- ♦ Система обучения, интенсивно визуальная, поддерживается графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание с использованием телепрактики
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, которое позволяет полностью совместить его 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, имеющего подключение к Интернету
- ♦ Хранящиеся в постоянном доступе учебные материалы



Присоединяйтесь к элитным командам в области цифрового маркетинга и используйте все свои знания для достижения успеха в данной сфере"

“

Курс профессиональной подготовки, который позволит вам работать во всех областях цифрового маркетинга с уверенностью профессионала высокого уровня”

Преподавательский состав этой программы состоит из профессионалов из различных областей, связанных с данной специальностью. Таким образом, ТЕСН может реализовать цель академического совершенствования, которую он поставил перед собой. Многопрофильная команда, состоящая из опытных специалистов, работающих в различных сферах, которые будут эффективно формировать теоретические знания, но, прежде всего, поставят на службу студентам практические знания, полученные из их собственного опыта.

Все эти знания дополнены эффективной методологией преподавания. Программа разработана многопрофильной командой экспертов в сфере электронного обучения, и объединяет в себе последние достижения в области 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. Практическая концепция получения и закрепления знаний.

Уникальный, важный и значимый курс обучения для повышения вашей квалификации.

Благодаря инновационной методике преподавания в ТЕСН вы сможете в динамике освоить все, что предлагает вам этот Курс профессиональной подготовки.



02

Цели

Программа в Цифровой маркетинг для социальных сетей была разработана с целью предложить специалистам в сфере журналистики и коммуникаций ключевые инструменты для успешного управления в секторе, который становится все более конкурентным и основополагающим во всех компаниях. Поэтому специализация и обновление контента для того, чтобы быть в курсе основных событий в отрасли для тех, кто хочет занять ответственные должности, и эти новые разработки студенты смогут найти в данной программе.





“

Если вы хотите стать экспертом в Цифровой маркетинг для социальных сетей, не упустите возможность пройти обучение по программе данного Курса профессиональной подготовки. Вы найдете самую последнюю информацию по этому вопросу”



Общая цель

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

“

*Уникальная программа, которая
станет основополагающей
для вашего личностного
и профессионального роста”*





Конкретные цели

Модуль 1. Основы коммуникации в цифровой среде

- ♦ Обучить и подготовить студентов к использованию информационных и коммуникационных технологий и методик в различных комбинированных и интерактивных медиа или медиасистемах
- ♦ Научить студента использовать преимущества компьютерных систем и ресурсов в области рекламы и связей с общественностью, а также их интерактивных приложений
- ♦ Обучить студентов умению анализировать, обрабатывать, интерпретировать, разрабатывать и структурировать цифровые коммуникации

Модуль 2. Исследования в области цифровых медиа

- ♦ Понимать роль Интернета в поиске и управлении информацией в области рекламы и связей с общественностью, в его применении к конкретным случаям
- ♦ Получить обучение по анализу и оптимизации использования новых каналов коммуникации и стратегий цифровых медиа от профессионалов в области рекламы и связей с общественностью
- ♦ Уметь применять методы исследования рекламной коммуникации
- ♦ Организовывать исследовательскую и коммуникационную работу в области цифровых медиа
- ♦ Освоить стратегии и инструменты для поиска в Интернете, знать различные форматы, поддержки и места хранения данных на службе рекламы и связей с общественностью
- ♦ Знать и понимать важность Интернета в исследовательской работе в области рекламы и связей с общественностью

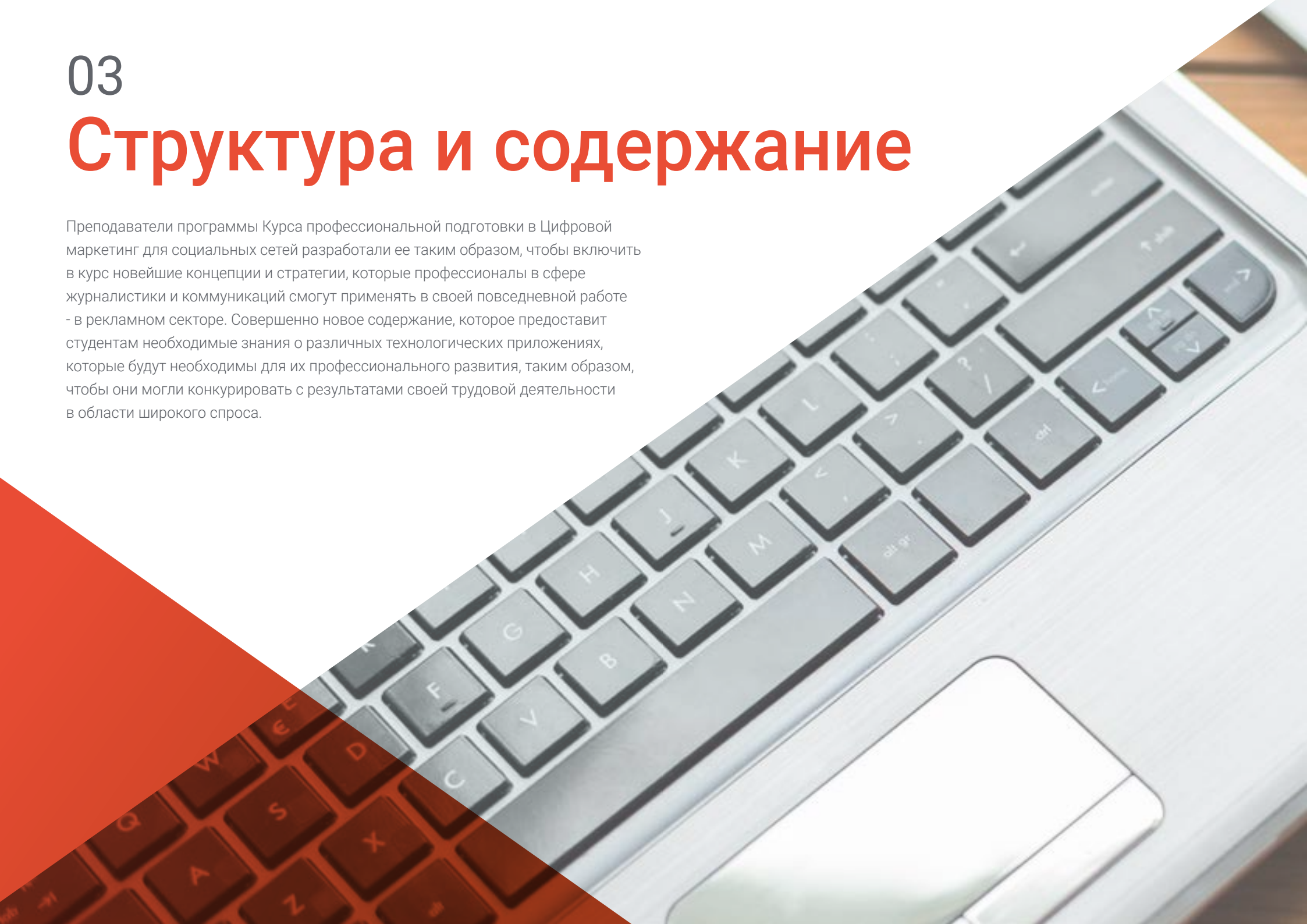
Модуль 3. Социальные сети и комьюнити-менеджмент

- ♦ Обучить студентов пониманию важности Интернета в поиске и управлении информацией в области рекламы и связей с общественностью, в его применении к конкретным случаям
- ♦ Обладать способностью анализировать, обрабатывать, интерпретировать, разрабатывать и структурировать цифровые коммуникации
- ♦ Дать студенту возможность анализировать и оптимизировать использование новых коммуникационных каналов и стратегий цифровых медиа в качестве специалиста в области рекламы и связей с общественностью
- ♦ Понимать важность социальных сетей и электронных мобильных устройств как поддержки и коммерческой революции, и использовать эти инструменты для достижения целей рекламы и связей с общественностью

03

Структура и содержание

Преподаватели программы Курса профессиональной подготовки в Цифровой маркетинг для социальных сетей разработали ее таким образом, чтобы включить в курс новейшие концепции и стратегии, которые профессионалы в сфере журналистики и коммуникаций смогут применять в своей повседневной работе - в рекламном секторе. Совершенно новое содержание, которое предоставит студентам необходимые знания о различных технологических приложениях, которые будут необходимы для их профессионального развития, таким образом, чтобы они могли конкурировать с результатами своей трудовой деятельности в области широкого спроса.



“

Самая полноценная программа обучения, структурированная в тщательно проработанные дидактические элементы, ориентированные на обучение, совместимое с личной и профессиональной жизнью”

Модуль 1. Основы коммуникации в цифровой среде

- 1.1. Веб 2.0 или социальная сеть
 - 1.1.1. Организация в эпоху разговоров
 - 1.1.2. Веб 2.0 — это люди
 - 1.1.3. Цифровая среда и новые форматы коммуникации
- 1.2. Коммуникация и цифровая репутация
 - 1.2.1. Отчет о репутации в Интернете
 - 1.2.2. *Нетикет* и эффективные методы работы в социальных сетях
 - 1.2.3. Брендинг и сети 2.0
- 1.3. Разработка и планирование плана создания линии репутации
 - 1.3.1. Обзор основных *социальных сетей*
 - 1.3.2. План по улучшению репутации бренда
 - 1.3.3. Общие метрики, коэффициент рентабельности инвестиций (ROI) и социальное управление отношениями с клиентами (CRM)
 - 1.3.4. Онлайн кризис и репутационная оптимизация под поисковые системы (SEO)
- 1.4. Общие, профессиональные и платформы микроблогов
 - 1.4.1. Facebook
 - 1.4.2. LinkedIn
 - 1.4.3. Twitter
- 1.5. Платформы для видео, изображений и мобильности
 - 1.5.1. YouTube
 - 1.5.2. Instagram
 - 1.5.3. Flickr
 - 1.5.4. Vimeo
 - 1.5.5. Pinterest
- 1.6. Контент-стратегия и *сторителлинг*
 - 1.6.1. Корпоративный блоггинг
 - 1.6.2. Стратегия контент-маркетинга
 - 1.6.3. Создание контент-плана
 - 1.6.4. Стратегия курирования контента





- 1.7. Стратегии в *социальных сетях*
 - 1.7.1. Корпоративные связи с общественностью и социальные сети
 - 1.7.2. Определение стратегии, которой следует придерживаться в каждом виде СМИ
 - 1.7.3. Анализ и оценка результатов
- 1.8. Управление сообществом
 - 1.8.1. Роли, задачи и обязанности управления сообществом
 - 1.8.2. Менеджер в области социальных сетей
 - 1.8.3. Стратег в области социальных сетей
- 1.9. План социальных сетей
 - 1.9.1. Разработка плана *социальных сетей*
 - 1.9.2. График, бюджет, ожидания и мониторинг
 - 1.9.3. Протокол действий в чрезвычайных ситуациях в случае кризиса
- 1.10. Инструменты онлайн-мониторинга
 - 1.10.1. Инструменты управления и настольные приложения
 - 1.10.2. Инструменты мониторинга и исследования

Модуль 2. Исследование в области цифровых медиа

- 2.1. Научный метод и его приемы
 - 2.1.1. Введение
 - 2.1.2. Научный метод и его приемы
 - 2.1.3. Научный метод и методологические приемы
 - 2.1.4. Схема и этапы исследования
 - 2.1.5. Основные правила библиографического отбора, проверка, цитирование и реферирование
 - 2.1.6. Исследовательские подходы и перспективы
- 2.2. Методология |
 - 2.2.1. Введение
 - 2.2.2. Измеряемые аспекты: количественный метод
 - 2.2.3. Количественные методы
 - 2.2.4. Виды опроса
 - 2.2.5. Подготовка анкеты и представление результатов

- 2.3. Методология II
 - 2.3.1. Введение
 - 2.3.2. Измеряемые аспекты: качественный метод
 - 2.3.3. Качественные методы
 - 2.3.4. Индивидуальные интервью и их типология
 - 2.3.5. Групповое интервью и его переменные: *фокус-группы*
 - 2.3.6. Другие разговорные техники: *Phillips 66*, *мозговой штурм*, *Дельфи*, кластеры партисипативного вмешательства, *дерево проблем и решений*
 - 2.3.7. Совместное исследовательское действие
- 2.4. Методология III
 - 2.4.1. Введение
 - 2.4.2. Выявление коммуникативного поведения и взаимодействия: наблюдение и его варианты
 - 2.4.3. Наблюдение как научный метод
 - 2.4.4. Процедура: планирование систематического наблюдения
 - 2.4.5. Различные способы наблюдения
 - 2.4.6. Онлайн-наблюдение: виртуальная этнография
- 2.5. Методология IV
 - 2.5.1. Введение
 - 2.5.2. Раскрытие содержания сообщений: контент- и дискурс-анализ
 - 2.5.3. Введение в количественный анализ содержания
 - 2.5.4. Отбор выборки и разработка категорий
 - 2.5.5. Обработка данных
 - 2.5.6. Критический дискурс-анализ
 - 2.5.7. Другие методы анализа медиатекстов
- 2.6. Цифровые методы сбора данных
 - 2.6.1. Введение
 - 2.6.2. Знание реакций: экспериментирование в коммуникации
 - 2.6.3. Введение в эксперименты
 - 2.6.4. Что такое коммуникационный эксперимент?
 - 2.6.5. Экспериментирование и его типологии
 - 2.6.6. Практическая схема эксперимента
- 2.7. Методы организации цифровых данных
 - 2.7.1. Введение
 - 2.7.2. Цифровая информация
 - 2.7.3. Проблемы и методологические предложения
 - 2.7.4. Онлайн-пресса: характеристики и подход к ее анализу
- 2.8. Инструментальные услуги, основанные на участии
 - 2.8.1. Введение
 - 2.8.2. Интернет как объект изучения: критерии оценки качества и надежности интернет-контента
 - 2.8.3. Интернет как объект изучения
 - 2.8.4. Критерии оценки качества и надежности контента в Интернете
- 2.9. Качество Интернета как источника: стратегии валидации и подтверждения
 - 2.9.1. Введение
 - 2.9.2. Исследования в Интернете и на цифровых платформах
 - 2.9.3. Поиск и просмотр информации в онлайн-среде
 - 2.9.4. Подход к исследованию цифровых форматов: блоги
 - 2.9.5. Подход к методам исследования социальных сетей
 - 2.9.6. Исследование гиперссылок
- 2.10. Распространение результатов исследовательской деятельности
 - 2.10.1. Введение
 - 2.10.2. Тенденции в исследовании в области коммуникации
 - 2.10.3. Введение в современный ландшафт исследования в области коммуникации
 - 2.10.4. Реадаптация классических объектов исследования коммуникации
 - 2.10.5. Появление классических объектов исследования
 - 2.10.6. На пути к междисциплинарности и методологической гибридизации

Модуль 3. Интегрированные маркетинговые коммуникации

- 3.1. Введение и типология социальных сетей
 - 3.1.1. Социальные медиа против традиционных медиа
 - 3.1.2. Что такое социальная сеть?
 - 3.1.3. Эволюция социальных сетей в Интернете
 - 3.1.4. Социальные сети сегодня
 - 3.1.5. Характеристика социальных сетей в Интернете
 - 3.1.6. Типология социальных сетей

- 3.2. *Функции комьюнити-менеджера*
 - 3.2.1. *Фигура комьюнити-менеджера и его роль в компании*
 - 3.2.2. *Гайд для комьюнити-менеджера*
 - 3.2.3. *Профиль комьюнити-менеджера*
- 3.3. *Социальные сети в структуре компании*
 - 3.3.1. *Важность социальных сетей в компании*
 - 3.3.2. *Различные профили, работающие в социальных сетях*
 - 3.3.3. *Как выбрать лучшую структуру для управления социальными медиа?*
 - 3.3.4. *Обслуживание клиентов в социальных сетях*
 - 3.3.5. *Взаимоотношения команды социальных сетей с другими отделами компании*
- 3.4. *Введение в цифровой маркетинг*
 - 3.4.1. *Интернет: маркетинг становится бесконечным*
 - 3.4.2. *Цели интернет-маркетинга*
 - 3.4.3. *Основные понятия в области Интернета*
 - 3.4.4. *Операционный маркетинг в Интернете*
 - 3.4.5. *Оптимизация поисковых систем*
 - 3.4.6. *Социальные сети*
 - 3.4.7. *Комьюнити-менеджер*
 - 3.4.8. *Электронная коммерция*
- 3.5. *Стратегический план развития социальных медиа и план для социальных сетей*
 - 3.5.1. *Важность наличия плана социальных сетей, согласованного со стратегическим планом компании*
 - 3.5.2. *Предварительный анализ*
 - 3.5.3. *Цели*
 - 3.5.4. *Стратегия*
 - 3.5.5. *Действия*
 - 3.5.6. *Бюджет*
 - 3.5.7. *Календарь*
 - 3.5.8. *План действий в чрезвычайных ситуациях*
- 3.6. *Онлайн-репутация*
- 3.7. *Основные социальные сети I*
- 3.8. *Facebook: увеличение присутствия нашего бренда*
 - 3.8.1. *Введение: Что такое Facebook и как он может нам помочь?*
 - 3.8.2. *Основные элементы в профессиональной сфере*
 - 3.8.3. *Продвижение контента*
 - 3.8.4. *Аналитика*
- 3.9. *Twitter: 140 знаков для достижения целей*
 - 3.9.1. *Введение: Что такое Twitter и как он может нам помочь?*
 - 3.9.2. *Основные элементы*
 - 3.9.3. *Продвижение контента*
 - 3.9.4. *Аналитика*
- 3.10. *LinkedIn. Сеть профессиональных контактов*
 - 3.10.1. *Введение: Что такое LinkedIn и как он может нам помочь?*
 - 3.10.2. *Основные элементы*
 - 3.10.3. *Продвижение контента*
- 3.11. *Основные социальные сети II*
 - 3.11.1. *YouTube: вторая по величине поисковая система в Интернете*
 - 3.11.2. *Основные элементы*
 - 3.11.3. *Реклама*
 - 3.11.4. *YouTube Analytics*
 - 3.11.5. *Истории успеха*
 - 3.11.6. *Instagram и Pinterest. Сила изображения*
 - 3.11.7. *Instagram*
 - 3.11.8. *Истории успеха*
 - 3.11.9. *Pinterest*
- 3.12. *Блоги и личный брендинг*
 - 3.12.1. *Определение*
 - 3.12.2. *Типологии*
- 3.13. *Инструменты для комьюнити-менеджеров*
 - 3.13.1. *Мониторинг и программирование. Hootsuite*
 - 3.13.2. *Специальные инструменты для каждой социальной сети*
 - 3.13.3. *Инструменты для активного слушания*
 - 3.13.4. *Инструменты для сокращения URL-адресов*
 - 3.13.5. *Инструменты для создания контента*

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.



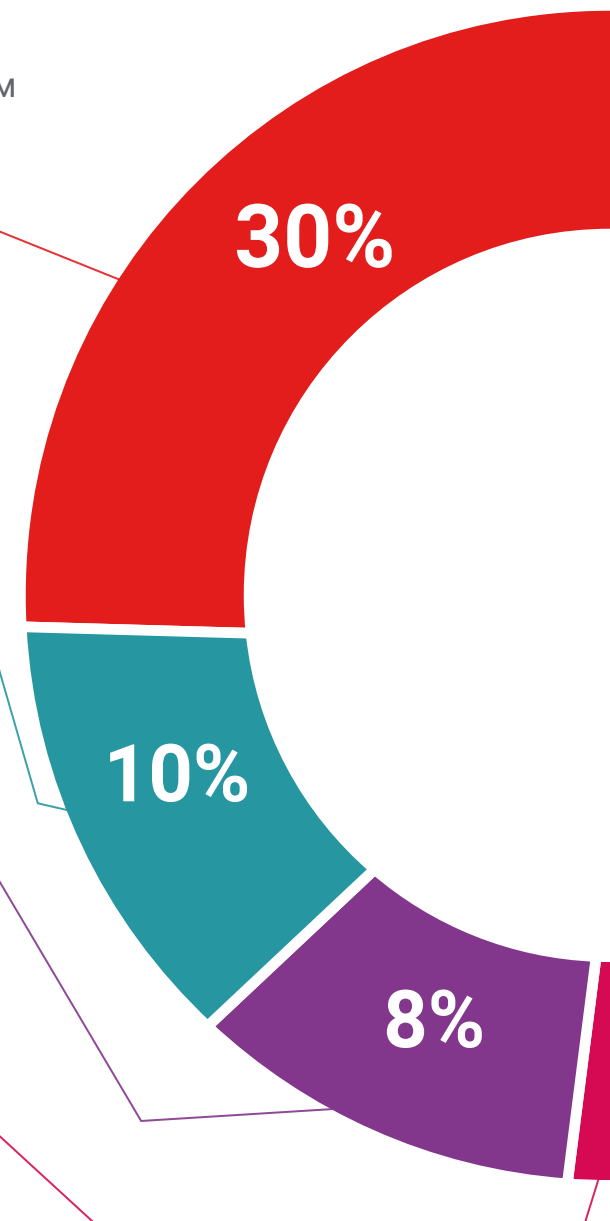
Практика навыков и компетенций

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

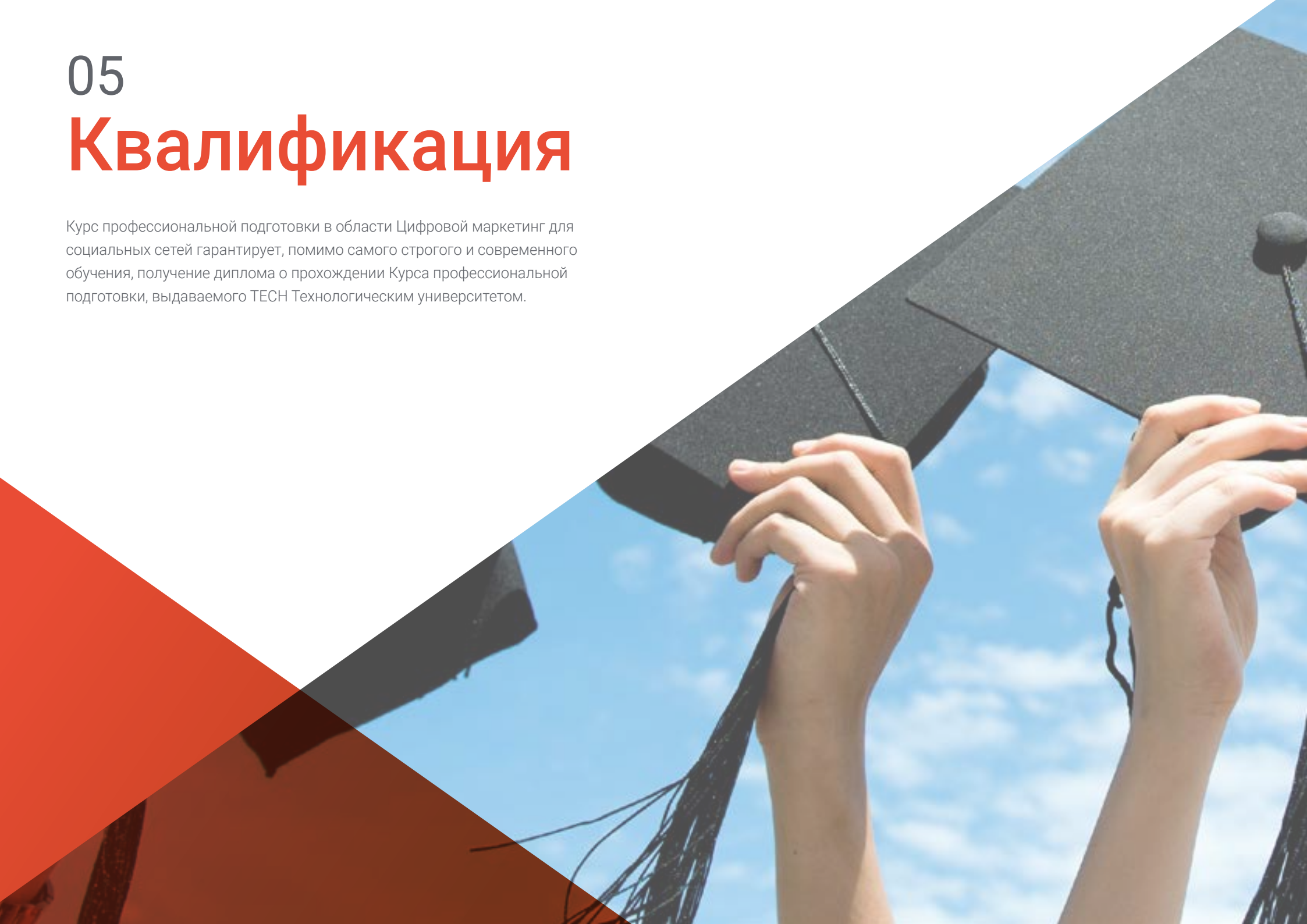
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



05

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Цифровой маркетинг для социальных сетей 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 оформлением документов”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Цифровой маркетинг для социальных сетей** 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 Цифровой маркетинг для социальных сетей**

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 Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Цифровой маркетинг
для социальных сетей

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

Курс профессиональной подготовки

Цифровой маркетинг
для социальных сетей



ADVERTISING

