


## 专科文凭

金融领域的管理策略、传播领域的  
市场营销和活动组织领域的数字化



■ volume  
open  
high  
low

tech 科学技术大学



## 专科文凭

金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和  
活动组织领域的数字化

- » 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.techtute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-management-strategies-finance-marketing-communication-digitalization-event-management](http://www.techtute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-management-strategies-finance-marketing-communication-digitalization-event-management)

# 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

学历

---

30

# 01 介绍

作为一个完整的商业工具, 组织盈利和富有成效的活动需要在活动策划战略中全面掌握财务和营销概念。要在不产生风险的情况下实现目标, 就必须正确管理技术、人力和经济资源。因此, 为了深入了解并像真正的专家一样掌握这门学科, 我们设计了在线进修课程, 采用了当今大学环境中最具创新性的方法, 既灵活又高质量。



“

掌握金融、市场营销、通信和数字化方面的知识, 在职业环境中脱颖而出。有了这位专科文凭现在报名”

传播领域的专业人员必须了解活动的重要性,因为它是建立联系和开展业务的有力工具。借助众多数字工具,影响他人、建立忠诚度、接触更多的人以及传递信息都成为可能,但同时也有必要了解如何选择正确的方法来高效地实现既定目标。

这个金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和活动组织领域的数字化专科文凭为专业人士提供了将活动作为业务工具应用于战略规划中所需的知识。无论您是在组织或企业部门工作,还是从事个人新闻工作。

将制定当前和未来活动的制作和实施的基本主题:战略、预算规划、运营账户、利润管理、现金流、税收、投资回报等与活动财务相关的领域。以及营销、通信和数字化领域。

该学位的设计为学生提供了灵活性和高质量。教学内容 100%在线提供,形式多样,采用基于再学习的创新方法,通过重复学习,快速有效地学习所有概念。因此,该学位的 450 个学时已全部用完。

这个**金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和活动组织领域的数字化专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- 由传播、营销和活动组织方面的专家介绍案例研究的发展
- 该书的内容图文并茂、示意性强、实用性强为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- 实际练习,你可以进行自我评估过程,以改善你的学习
- 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个人反思性论文
- 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



通过这一专业课程,您将在当今的就业市场上获得无限可能"

“

将你的创造力集中在生产上。  
学习最重要的技术,借助活动组  
织的数字化,生成强大的数据库”

有了这位专科文凭,您就能根  
据各种需求制定计划。您将掌  
握财务管理技能。

现在报名,几个月后就能成为  
在线专家。在商界最炙手可热、  
创业机会最多的领域之一。

该课程的教学人员包括来自该行业的专业人士,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。

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。

该课程的设计重点是基于问题的学习,通过这种方式,专业人员必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。它将得到一个由著名专家开发的创新互动视频系统的支持。



# 02

# 目标

在传播领域正确实施活动战略需要特定的技能。在组织预算编制、沟通、营销和数字化等领域,重点是取得积极成果。本进修课程的目的是让学生掌握这些重要领域的专业知识,从而达到卓越的专业水平,并拥有美好的职业前景。





“

采用最正确、最创新的战略组织活动, 为公司和客户谋福利”



## 总体目标

---

- 获得并在研究背景下, 了解依可为原创性地发展和/或应用想法提供专门或机会的
- 培养人际交往技能, 以管理多学科和多文化的工作团队
- 培养财务管理技能(Financial Management)
- 深入了解活动组织的当前趋势
- 掌握活动的数字化, 最常用的工具和新趋势



不要错过为自己的成功未来做好准备的机会。通过本课程的学习, 您将获得在活动管理领域取得成功所需的能力和技能"





## 具体目标

---

### 模块1.财务管理

- ◆ 了解如何利用运营账户编制活动预算
- ◆ 发展现金流及其在决策、投资和推销中的重要性
- ◆ 从经济角度深入了解和评估一项活动的投资回报率
- ◆ 分析可能的收入、融资方法,并确定中断事件

### 模块2.营销和传播的管理策略

- ◆ 制定沟通计划及其对活动的重要性
- ◆ 掌握事件的广告和营销的行动和工具
- ◆ 评估新的消费者行为
- ◆ 确定品牌的价值和目的
- ◆ 在活动中落实可持续发展目标
- ◆ 探索内部和外部分析的不同模式

### 模块3.活动的营销管理和数字化

- ◆ 了解新的通信技术
- ◆ 处理细分、度量和大数据分析
- ◆ 评估活动中数字化的好处和困难
- ◆ 理解和应用基准测试
- ◆ 管理品牌声誉
- ◆ 掌握社会网络及其生态系统,有利于活动的发展

# 03

## 课程管理

该课程的教学团队在活动组织、行业和传播方面拥有丰富的经验。由于他们目前正在成功开展自己的专业工作,他们将为学生提供最新的独家教育。由 TECH 实施的最安全、最先进的平台和研究方法提供支持。





“

在学习过程中,由专业专家组成的师资队伍将陪伴您左右。这确保了计划的实施质量和安全”

## 管理人员



### Gil Tomas, Tommy 先生

- ◆ Atelier MICE 创始人兼首席执行官
- ◆ 教科文组织世界高等教育大会项目管理顾问
- ◆ Creativalab S.L.的发展总监。
- ◆ 巴塞隆纳Congrésó Mèdic S.L.董事
- ◆ 营销管理硕士学位
- ◆ ISM-ESIC 制药营销硕士课程
- ◆ ESINE的税法文凭

## 教师

### Perelló Sobrepere, Marc 先生

- ◆ 企业传播与营销经理
- ◆ Creativalab SL 数字与战略总监
- ◆ Abantia 集团传播与营销部主任兼总监
- ◆ Dircom 和 Managing Incompetence 交流与营销主管
- ◆ 大学市场营销与传播研究生课程讲师
- ◆ 通信期刊论文的作者和合著者
- ◆ 在拉蒙-卢尔大学获得通信科学博士学位
- ◆ 毕业于CEU Abat Oliba大学新闻学专业
- ◆ 毕业于 CEU Abat Oliba 大学广告与公共关系专业
- ◆ CEU Abat Oliba大学的人文和社会科学硕士



# 04

## 结构和内容

培养财务管理技能和了解活动环境中的交流结构及其工具是教学大纲的重要组成部分,分为3个模块,采用多种形式和多媒体资源,使学习过程充满活力。通过基于再学习的在线方法,可以更好地理解该课程,这也是该课程的独特之处。







“

该专科文凭课程的内容包括从经济角度深入了解和评估活动的投资回报率”

## 模块1.财务管理

- 1.1. 活动预算
  - 1.1.1. 实现活动预算
  - 1.1.2. 预算时间安排
  - 1.1.3. 预算的提出
- 1.2. 收入
  - 1.2.1. 收入的类型
  - 1.2.2. 确认收入的可能性
  - 1.2.3. 收据的支付设施
- 1.3. 支出
  - 1.3.1. 支出的类型:固定和可变
  - 1.3.2. 根据支出采取行动的可能性
  - 1.3.3. 与供应商的付款安排
- 1.4. 应急计划
  - 1.4.1. 面对费用增长应采取的行动
  - 1.4.2. 在收入减少的情况下应采取的行动
  - 1.4.3. 意外开支的百分比
- 1.5. 业务账户
  - 1.5.1. 业务账户的实施
  - 1.5.2. 来自利润表的利润
  - 1.5.3. 根据收益表应采取的行动
- 1.6. 利润管理
  - 1.6.1. 活动的目的及其利润
  - 1.6.2. 赠款和补贴的管理
  - 1.6.3. 投资的可能性
- 1.7. 现金流
  - 1.7.1. 什么是 现金流?
  - 1.7.2. 现金流输入
  - 1.7.3. 在现金流基础上采取的行动
- 1.8. 税收
  - 1.8.1. 按用途征收利润税
  - 1.8.2. 增值税及其影响(国内和国际)
  - 1.8.3. 商业公司与非营利公司的区别





- 1.9. 佣金的管理
  - 1.9.1. 确定要实现的佣金数量
  - 1.9.2. 根据客户的情况进行佣金管理
  - 1.9.3. 与供应商的佣金协议
- 1.10. 摊销。投资回报率
  - 1.10.1. 计算投资回报率
  - 1.10.2. 投资回报的时间安排
  - 1.10.3. 投资或投资的摊销

## 模块2. 营销和传播的管理策略

- 2.1. 战略沟通
  - 2.1.1. 活动中的战略沟通
  - 2.1.2. 环境在战略中的重要性
  - 2.1.3. 品牌押注 长期回报
- 2.2. 消费者行为
  - 2.2.1. 对马斯洛金字塔的新解释
  - 2.2.2. 当今消费者的心理
  - 2.2.3. 谷歌呼吁建立新的行为模式
- 2.3. 品牌目的
  - 2.3.1. 当前品牌宗旨的重要性
  - 2.3.2. 寻找品牌价值和目的
  - 2.3.3. 目的与企业社会责任的结合或共存
- 2.4. 作为一种战略的可持续性
  - 2.4.1. 发现和实践可持续性
  - 2.4.2. 沟通可持续发展目标
  - 2.4.3. 在活动中实施可持续发展目标
- 2.5. 全球通信挑战
  - 2.5.1. 国际营销的理论
  - 2.5.2. 跨文化营销及其应用
  - 2.5.3. 将品牌和信息转移到其他国家
- 2.6. 广告和营销
  - 2.6.1. 传统和数字广告
  - 2.6.2. 创造力: 艺术还是科学
  - 2.6.3. 活动的行动和工具

- 2.7. 分析模型
  - 2.7.1. 内部分析。SWOT和CAME
  - 2.7.2. 战略分析。波士顿和安索夫
  - 2.7.3. 外部分析波特的5种力量和PESTEL
- 2.8. 与媒体的关系
  - 2.8.1. 新闻发布会、新闻稿和其他工具
  - 2.8.2. 发言人培训
  - 2.8.3. 危机沟通
- 2.9. 与机构的关系
  - 2.9.1. 竞争、合同和其他做法
  - 2.9.2. 项目管理和实施
  - 2.9.3. 项目测量和结果
- 2.10. 沟通计划
  - 2.10.1. 沟通计划
  - 2.10.2. 制定传播计划的战术部分
  - 2.10.3. 实施和监测沟通计划

### 模块3.活动的营销管理和数字化

- 3.1. 活动中的数字化
  - 3.1.1. 新的通信技术
  - 3.1.2. 数字事件
  - 3.1.3. 大数据。度量衡和分析
- 3.2. 数字化细分
  - 3.2.1. 新的受众和用户类型
  - 3.2.2. 新的细分市场变量
  - 3.2.3. 买家角色及其发展
- 3.3. 信息的数字化
  - 3.3.1. 数字化思考和交流
  - 3.3.2. 新的知识管理模式
  - 3.3.3. 虚假新闻和其他数字化的敌人
- 3.4. 数字声誉管理
  - 3.4.1. 个人品牌建设
  - 3.4.2. 社会监听
  - 3.4.3. 内向型营销





- 3.5. 数字品牌
  - 3.5.1. 品牌的品牌建设
  - 3.5.2. 活动品牌建设
  - 3.5.3. 根据运营账户采取的行动
- 3.6. 基准化进程
  - 3.6.1. 活动的目的
  - 3.6.2. 竞争分析
  - 3.6.3. 基准测试结果
- 3.7. 活动宣传
  - 3.7.1. 脑力激荡和脑力激荡
  - 3.7.2. 运动的内部和外部部分
  - 3.7.3. 运动的实施和跟进
- 3.8. 数字工具
  - 3.8.1. 设定目标和战略
  - 3.8.2. 选择渠道和平台
  - 3.8.3. 对结果进行实时优化
- 3.9. 社交网络
  - 3.9.1. 了解和使用社交网络
  - 3.9.2. 对一个事件最重要的作用
  - 3.9.3. 为一项活动执行社交媒体直播流
- 3.10. 营销和沟通团队管理
  - 3.10.1. 领导技能
  - 3.10.2. 务实管理的关键
  - 3.10.3. 日常管理



您将成为工作环境中的典范, 比想象中更快实现自己的目标。现在注册, 6 个月内 100% 在线体验"

# 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。



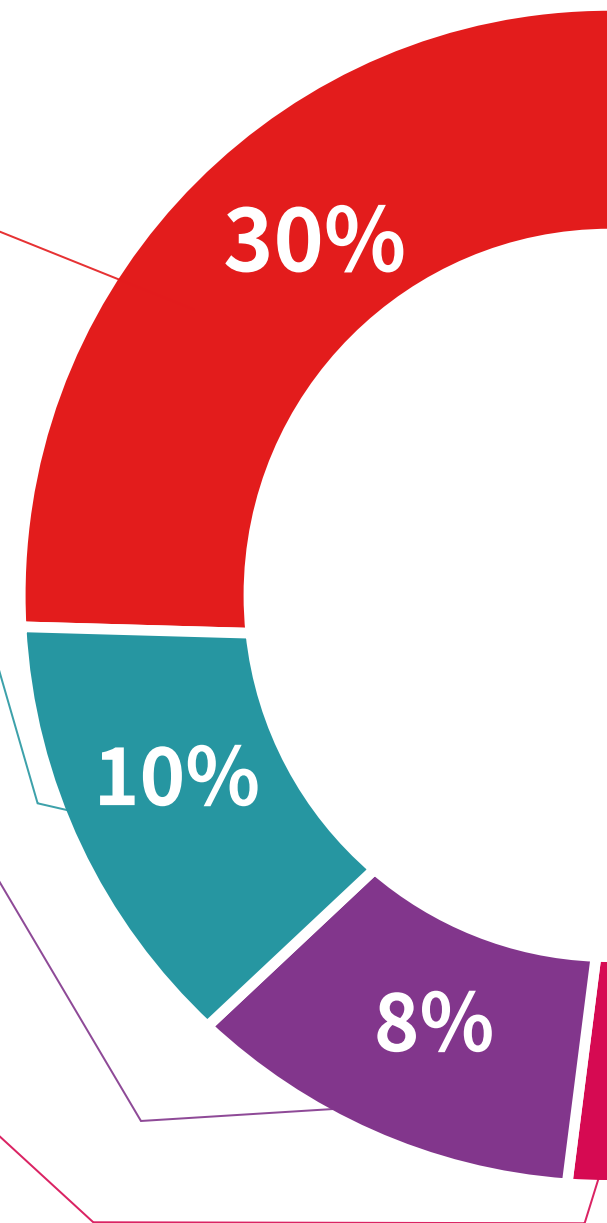
### 技能和能力的实践

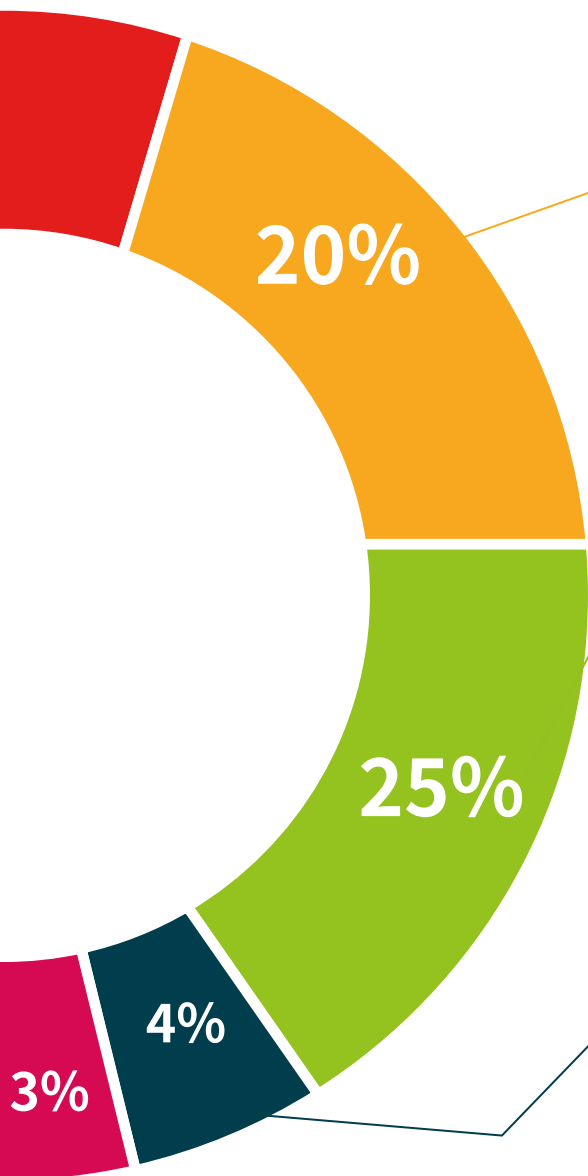
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 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 学历

金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和活动组织领域的数字化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。



“

成功地完成这个学位,省去出门或办理文件的麻烦”

这个金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和活动组织领域的数字化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: 金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和活动组织领域的数字化专科文凭  
官方学时: 450小时





**tech** 科学技术大学

### 专科文凭

金融领域的管理策略、传播领域的市场营销和活动策划组织领域的数字化

- » 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

金融领域的管理策略、传播领域的  
市场营销和活动组织领域的数字化