

# 专科文凭

## 活动组织中的 营销和数字化





## 专科文凭 活动组织中的 营销和数字化

- » 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.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-digitalization-event-management](http://www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-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

至少在十年前，活动的组织工作就开始采用数字化。但直到现在，在一场大流行病重创该行业之后，利用技术策划和举办活动的新趋势才爆发出来。在企业领域，活动对于在公司内部建立有效的沟通至关重要；但在传播层面，音乐会或音乐或电影等集体的颁奖典礼等活动必须在新常态下重塑自我；然而，由于这些活动的技术含量越来越高，人类的体验必须占上风。为了让您更好地理解和专业应用，本课程根据再学习方法提供最新、最完整的内容，100% 在线学习，您将在 6 个月内毕业。



“

了解如何在活动组织中应用数字化和营销, A利用其所有优势, 在短期内取得与众不同的成果”

由于无法将一定数量的人聚集在一个空间内,数字活动的趋势便应运而生,为新的组织方式打开了视野。然而,如果不能以专业的方式学习新动态,就会对既定目标产生不利影响,往往会造成重大损失。

传播部门的专业人员深知活动作为促进相互关系和业务的有力工具的重要性,因此在策划活动时力求发挥最大的创造力,再加上基于智慧的正确程序,从而实现既定目标。

通过这门活动组织中的营销和数字化专科文凭课程,您可以了解数字时代活动组织的所有新趋势,因为它提供了专业人士所需的知识,使他们能够高效地应对因需要使用数字工具而带来的新挑战。

学生将通过 3 个模块学习与本课程名称相关的主题:全球传播挑战、作为战略的可持续发展、营销分析模型、消费者行为和品牌分析;他们将了解活动中传播计划的实施以及与媒体和广告公司的关系。

此外,您还将学习如何利用数字媒体以及 基准、细分和营销分析等专业技术来提升品牌。这一 100% 在线课程的开发为学生提供了当今所需的灵活性,使他们能够在不超过 6 个月的时间内快速、安全地毕业。

这个**活动组织中的营销和数字化专科文凭**包含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

“

在数字时代,让来自其他国家的演讲者和嘉宾参加您的活动,而无需花费大量资金。了解如何通过适当的时机和协调有效地实现这一目标"



“

通过本专科文凭为自己做好准备,掌握活动组织中营销和数字化的最有效工具”

现在注册,几个月后就能成为在线专家。

立即注册,即可访问图书馆,下载大量有价值的多媒体内容。

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

这个专科文凭课程的目标是通过对市场营销的正确分析, 适应组织数字活动的新现实, 并在通信世界中实施这些活动, 同时为学生提供有关技术手段、新程序以及如何使混合或 100% 数字活动成为可能的知识。所有这些都以完全在线的学习方法为基础, 并由 TECH 选定的专家提供支持, 以便专业人员做好成功的准备。







“

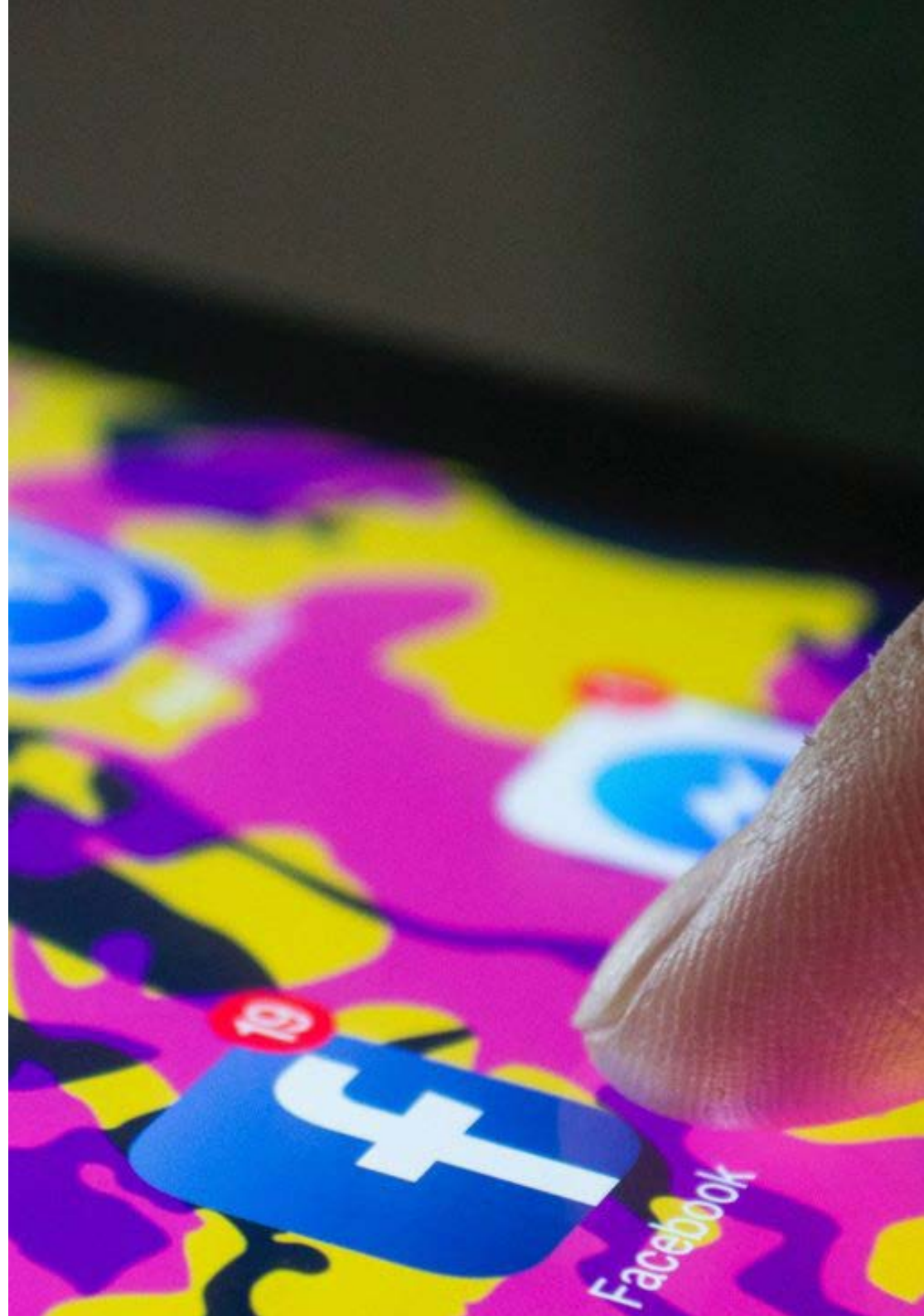
你设定了界限, 数字化则  
打开了通向无限的大门”



## 总体目标

---

- 理解COVID-19大流行病造成的重大危机后事件组织中的新现实
- 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
- 培养人际交往技能, 以管理多学科和多文化的工作团队
- 了解混合活动的重要性和组织情况
- 了解赞助活动的不同方式, 了解不同部门的道德和法律环境及合规性





## 具体目标

### 模块1.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2.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

### 模块3.活动数字化;开发数字化活动

- ◆ 分析 COVID-19 大流行危机后组织活动的新现实
- ◆ 发现所有关于数字活动和如何开展这些活动的信息
- ◆ 深入了解混合事件、其当前的重要性以及这些事件的未来
- ◆ 分析数字事件的管理及其重要性。剧目和 时间
- ◆ 要创建一个虚拟集。了解其要素:色度键、背屏、增强现实等
- ◆ 分析受众及其能力、面对面和在线互动的形式



通过当今数字领域最好的学术资格认证, 了解 Chroma、Rear、LED 屏幕和 Kyros。只有 TECH"

# 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地开展自己的专业工作,他们将为学生提供最新的独家教学;通过 TECH 实施的最安全的数字平台和创新的 100% 在线方法,在整个学习过程中陪伴学生。







“

向精通市场营销和活动组织  
数字化的最佳专业人士学习”



## 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. 发展总监
- ◆ Barcelona 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 博士

- ◆ 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

在当前的COVID-19和数字时代,这个专科文凭为活动组织领域的高效发展提供了最具体的知识。构建3个模块,使学员了解数字化带来的重要性和机遇,并正确应用营销分析。教师团队开发的各种在线形式将使学习过程更加生动,让您在6个月内毕业。







“

专家们将通过真实案例向您展示了解 COVID-19 和数字时代活动组织新趋势的重要性”

## 模块1. 营销和传播的管理策略

- 1.1. 战略沟通
  - 1.1.1. 活动中的战略沟通
  - 1.1.2. 环境在战略中的重要性
  - 1.1.3. 品牌押注于长期回报
- 1.2. 消费者行为
  - 1.2.1. 对马斯洛金字塔的新解释
  - 1.2.2. 当今消费者的心理
  - 1.2.3. 谷歌呼吁建立新的行为模式
- 1.3. 品牌目的
  - 1.3.1. 当前品牌宗旨的重要性
  - 1.3.2. 寻找品牌价值和目的
  - 1.3.3. 目的与企业社会责任的结合或共存
- 1.4. 作为一种战略的可持续性
  - 1.4.1. 发现和实践可持续性
  - 1.4.2. 沟通可持续发展目标
  - 1.4.3. 在活动中实施可持续发展目标
- 1.5. 全球通信挑战
  - 1.5.1. 国际营销的理论
  - 1.5.2. 跨文化营销及其应用
  - 1.5.3. 将品牌和信息转移到其他国家
- 1.6. 广告和营销
  - 1.6.1. 传统和数字广告
  - 1.6.2. 创造力: 艺术还是科学
  - 1.6.3. 活动的行动和工具
- 1.7. 分析的模式
  - 1.7.1. 内部分析。SWOT和CAME
  - 1.7.2. 战略分析。波士顿和安索夫
  - 1.7.3. 外部分析波特的5种力量和PESTEL





- 1.8. 与媒体的关系
  - 1.8.1. 新闻发布会、新闻稿和其他工具
  - 1.8.2. 发言人培训
  - 1.8.3. 危机沟通
- 1.9. 与机构的关系
  - 1.9.1. 竞争、合同和其他做法
  - 1.9.2. 项目管理和实施
  - 1.9.3. 项目测量和结果
- 1.10. 沟通计划
  - 1.10.1. 沟通计划
  - 1.10.2. 制定传播计划的战术部分
  - 1.10.3. 实施和监测沟通计划

## 模块2.活动的营销管理和数字化

- 2.1. 活动中的数字化
  - 2.1.1. 新的通信技术
  - 2.1.2. 数字事件
  - 2.1.3. 大数据。度量衡和分析
- 2.2. 数字化细分
  - 2.2.1. 新的受众和用户类型
  - 2.2.2. 新的细分市场变量
  - 2.2.3. 买家角色及其发展
- 2.3. 信息的数字化
  - 2.3.1. 数字化思考和交流
  - 2.3.2. 新的知识管理模式
  - 2.3.3. 假新闻 和数字化的其他敌人
- 2.4. 数字声誉管理
  - 2.4.1. 个人品牌建设
  - 2.4.2. 社会监听
  - 2.4.3. 内向型营销

- 2.5. 数字品牌
  - 2.5.1. 品牌建设
  - 2.5.2. 活动品牌建设
  - 2.5.3. 根据运营账户采取的行动
- 2.6. 基准制定过程
  - 2.6.1. 活动的目的
  - 2.6.2. 竞争分析
  - 2.6.3. 基准测试结果
- 2.7. 活动宣传
  - 2.7.1. 头脑风暴和集思广益
  - 2.7.2. 运动的内部和外部部分
  - 2.7.3. 运动的实施和跟进
- 2.8. 数字工具
  - 2.8.1. 设定目标和战略
  - 2.8.2. 选择渠道和平台
  - 2.8.3. 对结果进行实时优化
- 2.9. 社交网络
  - 2.9.1. 了解和使用社交网络
  - 2.9.2. 对一个事件最重要的作用
  - 2.9.3. 为一项活动执行社交媒体直播流
- 2.10. 营销和沟通团队管理
  - 2.10.1. 领导技能
  - 2.10.2. 务实管理
  - 2.10.3. 日常管理

### 模块3.活动数字化;开发数字化活动

- 3.1. 活动中的COVID-19时代
  - 3.1.1. 需要了解的重要事项
  - 3.1.2. 不断监测。政府卫生标准
  - 3.1.3. 决定的时间安排
- 3.2. 数字化活动策划。scaleta
  - 3.2.1. 创立 scaleta
  - 3.2.2. 需要考虑到的要素
  - 3.2.3. 要反映的方面。优先事项
- 3.3. 供应商的选择
  - 3.3.1. 选择技术 合作伙伴
  - 3.3.2. 需要向供应商提出的要求
  - 3.3.3. 供应商的选择。价格因素与价值因素。经验
- 3.4. 网络和互联网管理
  - 3.4.1. 网络管理中需要考虑的方面
  - 3.4.2. 承包互联网服务
  - 3.4.3. 网络的压力和饱和度测试
- 3.5. 外联目标观众
  - 3.5.1. 确定目标受众
  - 3.5.2. 用其他语言广播
  - 3.5.3. 拟转播的房间
- 3.6. 观众的互动。投票表决
  - 3.6.1. 交互系统的实现
  - 3.6.2. 在与会者的互动中要考虑到的因素
  - 3.6.3. 发展互动的形式和程序



- 3.7. 介绍视频。Kyrons音乐
  - 3.7.1. Kyrons
  - 3.7.2. 介绍的重要性
  - 3.7.3. 需要考虑的资源
- 3.8. 现场和数字协调。现场in situ和远程扬声器
  - 3.8.1. 与发言人的联系
  - 3.8.2. 向发言人提供行动方案
  - 3.8.3. 发言者的时间安排和组织。应遵循的规则
- 3.9. 虚拟集的生成
  - 3.9.1. 铬合金
  - 3.9.2. 后部
  - 3.9.3. Leds屏幕
- 3.10. 虚拟和混合活动管理
  - 3.10.1. 通过控制系统对事件进行监测
  - 3.10.2. 重传的时间和顺序
  - 3.10.3. 解决现场事件

“ 现在就注册,在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

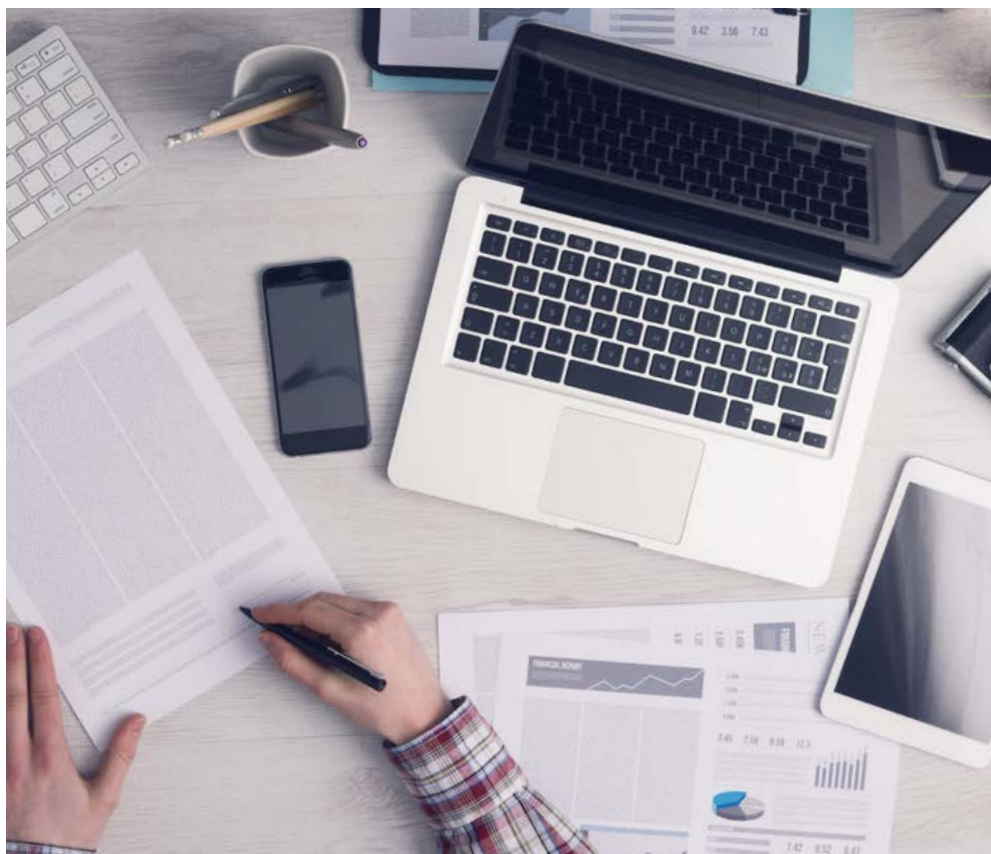
我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

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。



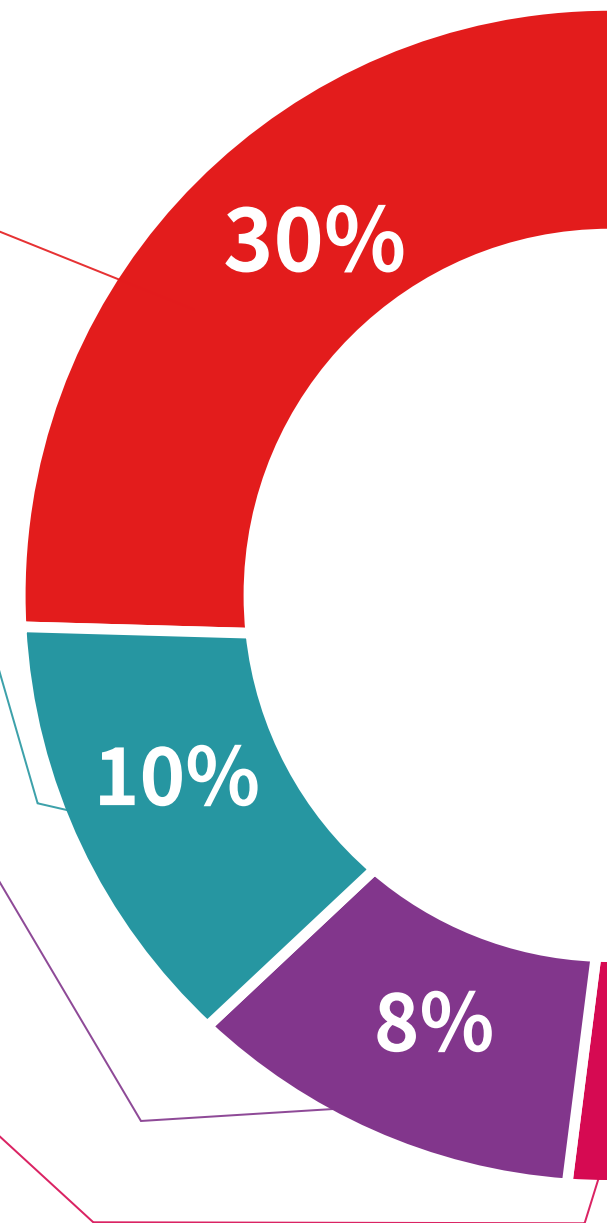
### 技能和能力的实践

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

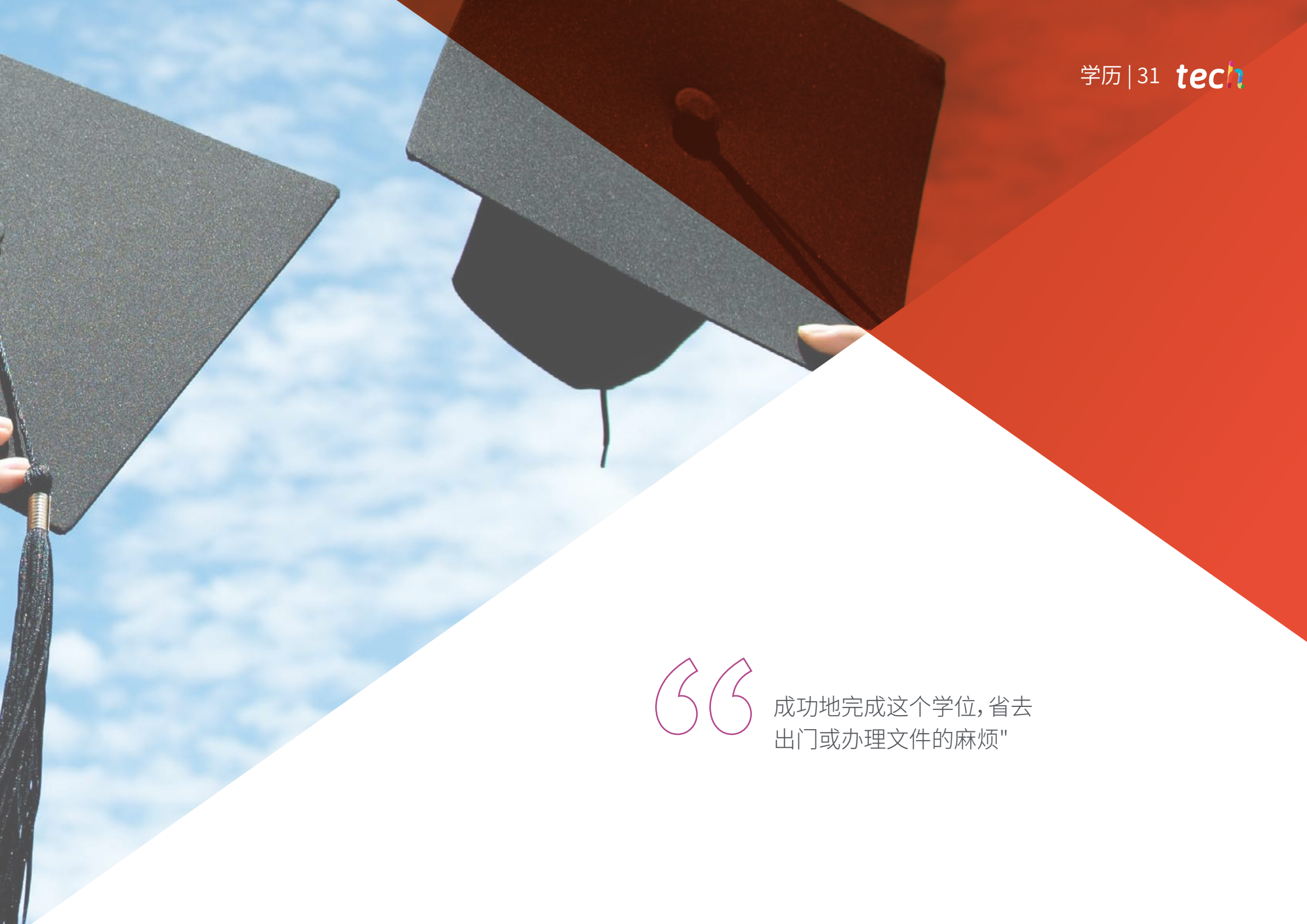
在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



# 06 学历

活动组织中的营销和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”

这个活动组织中的营销和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: **活动组织中的营销和数字化专科文凭**

官方学时: **450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

**tech** 科学技术大学

专科文凭  
活动组织中的  
营销和数字化

- » 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

## 活动组织中的 营销和数字化

