

Курс профессиональной подготовки

Сторителлинг для рекламы



tech технологический
университет

Курс профессиональной подготовки

Сторителлинг для рекламы

- » Форма обучения: online
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Квалификация: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-storytelling-advertising

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Руководство курса

стр. 12

04

Структура и содержание

стр. 16

05

Методология

стр. 22

06

Квалификация

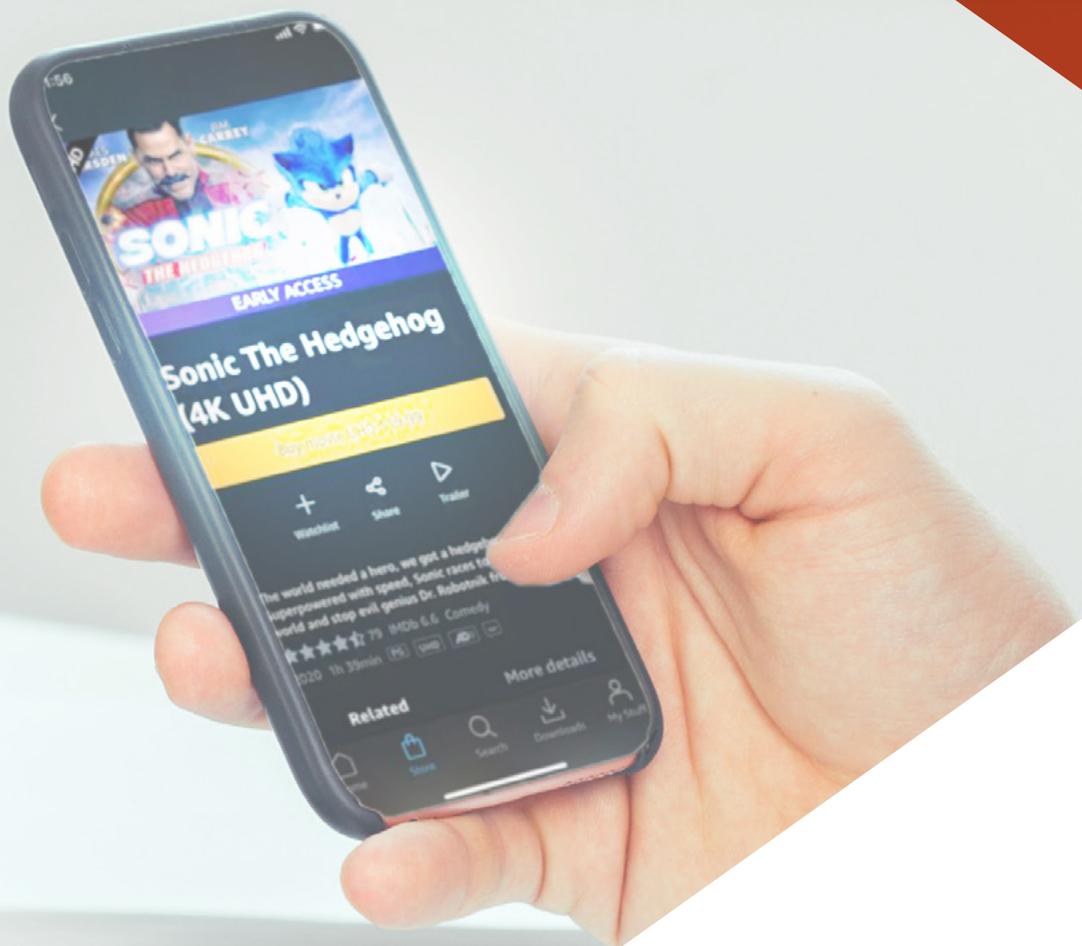
стр. 30

01

Презентация

Эмоциональная связь с аудиторией приобретает решающее значение в условиях жесткой конкуренции за ее внимание. Умение рассказывать убедительные истории, эмоционально воздействующие на аудиторию, стало очень востребованным навыком. В ответ на эти потребности представлена данная академическая программа, в рамках которой углубленно изучаются передовые техники *сторителлинга*, позволяющие студентам создавать запоминающиеся кампании, оказывающие эффективное воздействие на целевую аудиторию. 100% онлайн-методология, подкрепленная широким спектром мультимедийного контента и инновационным методом *Relearning*, гарантирует гибкое и эффективное обновление знание для достижения успеха в динамичном мире нарративной рекламы.





“

Вы освоите рекламный сторителлинг, чтобы создать лояльное окружение вокруг вашего бренда по методике 100% онлайн”

В современном рекламном пространстве необходимость владеть искусством сторителлинга стала настоящей необходимостью для эффективного взаимодействия с аудиторией. Насыщенность информацией и постоянный поиск значимых связей возвели коммерческие истории в ранг важнейшего инструмента для специалистов по креативу. Именно поэтому очень важно изучить их особенности и приемы, чтобы добиться успеха в условиях, когда убедительные истории являются не только преимуществом, но и важным отличительным фактором в построении аутентичных связей с потребителями.

Для того чтобы расширить знания специалистов по рекламе и коммуникации по всем этим аспектам, ТЕСН предлагает данный Курс профессиональной подготовки. Программа непосредственно посвящена современным проблемам этой отрасли, а также предоставляет студентам самые современные информационные ресурсы. В то же время, чтобы повысить творческий потенциал и оригинальность студентов, в учебном плане определены различные специальные программные продукты, разработанные для каждой области и ее применения.

Данный Курс профессиональной подготовки дает необходимые инструменты для создания более эффективного интерактивного и коллективного опыта в рекламной кампании, который глубоко вовлекает и соединяет с покупателем. Академический план указывает на творческие возможности метавселенной, рассматривая инновационную среду, где нарратив в рекламе может выходить за традиционные рамки и погружать потребителей в иммерсивный опыт.

С другой стороны, методология программы адаптирована к современной цифровой реальности, предлагая 100% онлайн-обучение, что позволяет профессионалам получить доступ и расширить свои знания без географических ограничений. В данном курсе также освещается использование метода *Relearning*, основанного на повторении ключевых понятий для закрепления знаний и содействия более эффективному и прочному усвоению материала. Гибкий и практичный подход гарантирует, что студенты не только усвоят теорию, но и приобретут навыки, необходимые для успешной работы в захватывающем мире сторителлинга.

Данный Курс профессиональной подготовки в области сторителлинга для рекламы содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных специалистами в области сторителлинга для рекламы
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание программы предоставляет актуальную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Вы будете выделяться в высококонкурентной отрасли благодаря инновационному содержанию, которое вы изучите в лучшем в мире цифровом университете по версии Forbes”

“

Станьте пионером в использовании метавселенной и искусственного интеллекта для рекламных кампаний”

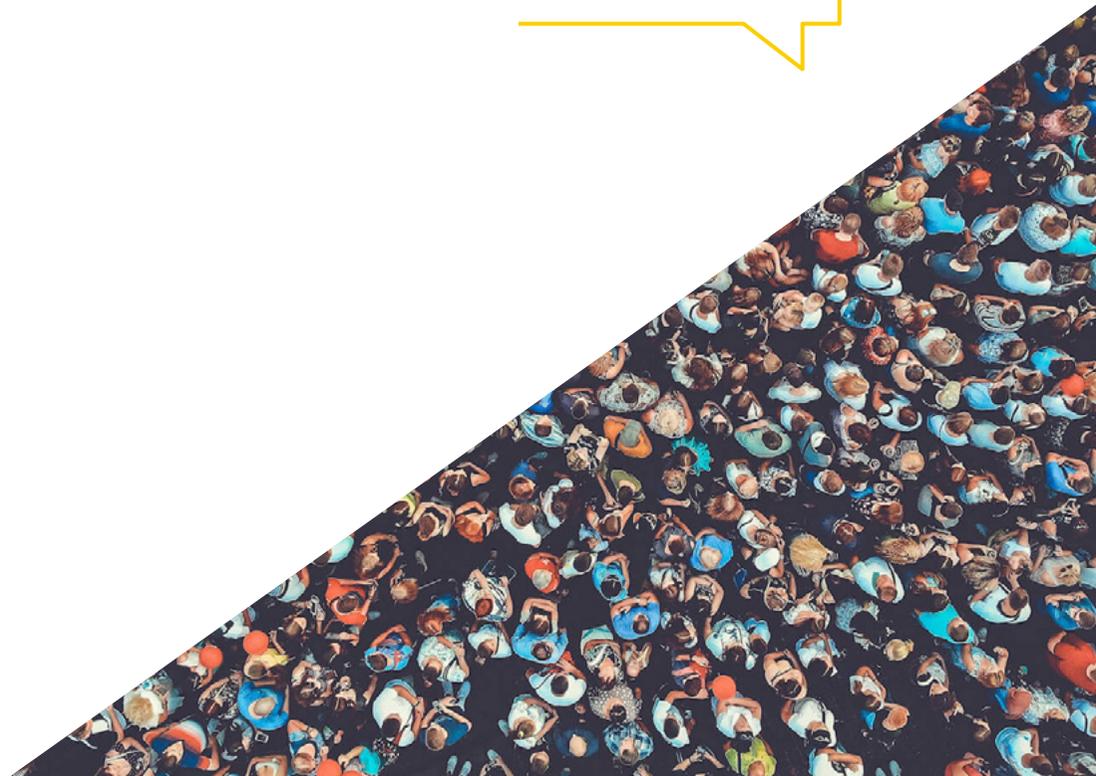
В преподавательский состав программы входят профессиональные эксперты в данной области, которые привносят в обучение свой профессиональный опыт, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалистам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Развивайте свою карьеру в университете с самым высоким рейтингом в мире по версии платформы Trustpilot.

Поступив на курс, вы будете создавать увлекательные истории и проводить успешные рекламные кампании.



02

Цели

Основная задача этого Курса профессиональной подготовки – обучить студентов мастерству рекламного сторителлинга. Для этого в программу включены навыки, необходимые для эффективного захвата внимания публики. Используя стратегический подход, студенты приобретут необходимые навыки для создания убедительных и достоверных историй, которые резонируют с эмоциями и мотивами их аудитории. Эта программа направлена не только на оттачивание навыков рассказывания историй, но и на повышение способности участников программы создавать кампании, которые не только информируют, но и вдохновляют аудиторию, а также устанавливают с ней долгосрочные связи.





See what's next.
Watch anywhere. Cancel anytime.
Join free for a month

“

Увлечите свою аудиторию запоминающимися историями, которые усилят эффект от ваших рекламных кампаний. Достигайте своих целей вместе с **TECH!**”

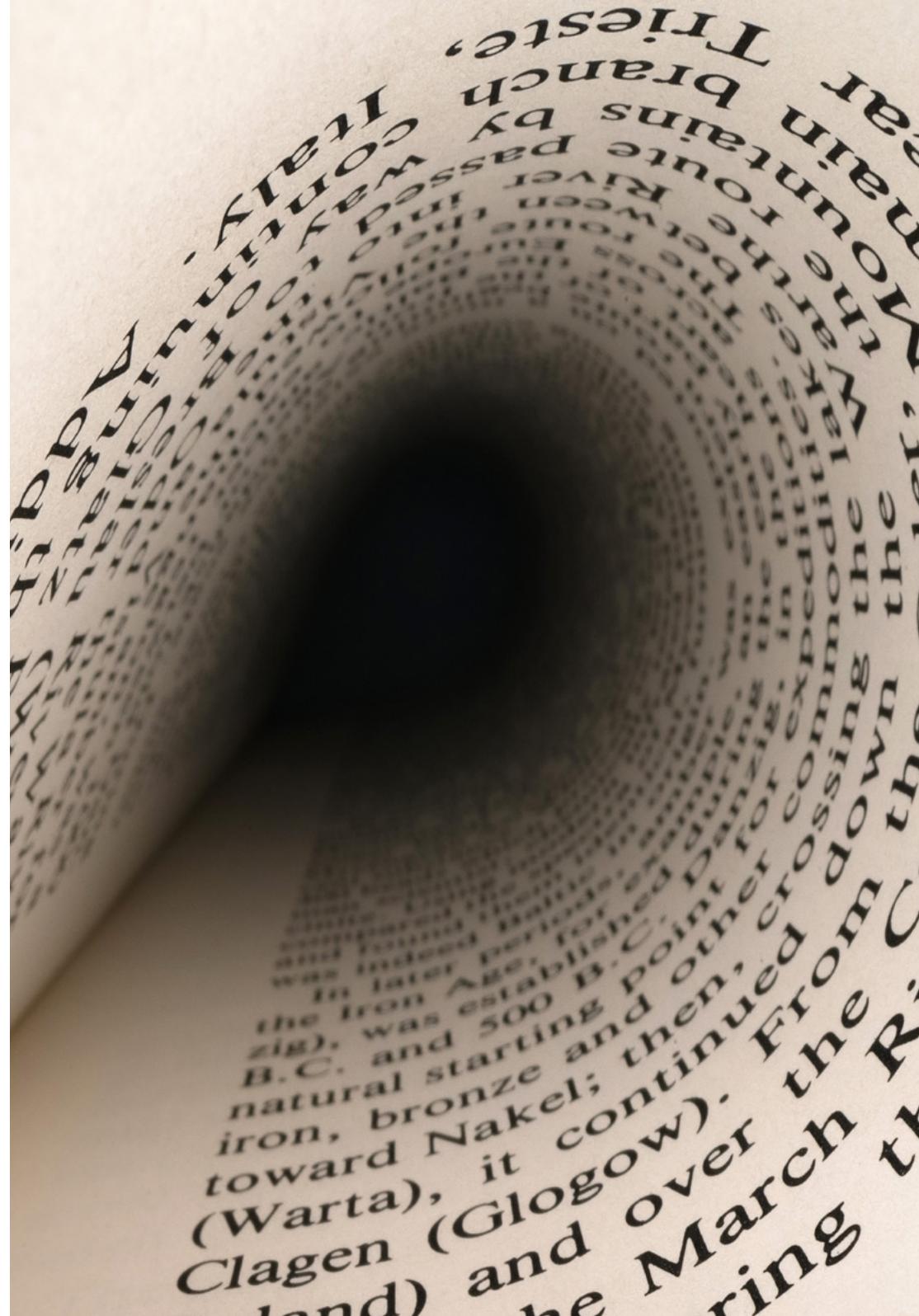


Общие цели

- ♦ Показать и оценить новые тенденции, с которыми столкнутся специалисты в этой области сейчас и в будущем
- ♦ Дать возможность специалисту, овладев необходимыми навыками, улучшить решение проблем и развить основные профессиональные компетенции
- ♦ Получить глубокие знания о новых проектах, представляющих ценность для коммерческой коммуникации
- ♦ Показать видение креативности как инструмента взаимодействия в развитии коммуникации
- ♦ Получить глубокие знания о новейших инструментах, помогающих креативности
- ♦ Разрабатывать действия и инициативы, улучшающие творческие результаты, в сотрудничестве с другими участниками, вовлеченными в их разработку
- ♦ Использовать инструменты для поддержки креативности



Вы достигнете своих целей и овладеете психологией сторителлинга, чтобы влиять на восприятие и решения ваших потребителей”





Конкретные цели

Модуль 1. Генерирование рекламных идей

- ♦ Содействовать генерации инновационных идей
- ♦ Улучшать творческую среду
- ♦ Объяснить, что такое креативное мышление
- ♦ Детализировать, как работает программа креативного рекламного мышления
- ♦ Повышать креативность в команде
- ♦ Опирается на творческое наследие других
- ♦ Исследовать креативность в различных областях

Модуль 2. Брендированный контент

- ♦ Подчеркнуть важность *брендированного контента* и его связь с контент-маркетингом
- ♦ Объяснять, что такое *брендированный контент* и в чем его сходство с традиционной рекламой
- ♦ Детализировать требования к созданию *брендированного контента*
- ♦ Обращаться к типологиям *брендированного контента*, которые могут быть успешными
- ♦ Указать характеристики вирусных видеороликов и их полезность
- ♦ Представить контент-маркетинг как важнейший компонент новой коммуникации
- ♦ Определить значение *сторителлинга* и его распространения на различных платформах и в социальных сетях
- ♦ Изучить особенности и различия виртуальных событий

Модуль 3. Прикладной рекламный креатив

- ♦ Исследовать возможности метавселенной, искусственного интеллекта (ИИ) и нейронауки
- ♦ Узнать, что такое метавселенная и как она влияет на креативность
- ♦ Познакомиться с деловой стороной метавселенной
- ♦ Исследовать, как ИИ меняет создание и потребление контента, а также его влияние на профессиональную деятельность креативщиков
- ♦ Заглянув в будущее, изучить творческие возможности этой новой эпохи
- ♦ Проанализировать, как бренды могут выделиться в метавселенной и как это влияет на их взаимоотношения с потребителями
- ♦ Знать, какие навыки и установки необходимы для успешной работы в этой постоянно меняющейся среде
- ♦ Открыть для себя различные творческие возможности, такие как иммерсивный опыт, брендированные аватары, виртуальные мероприятия и т. д.
- ♦ Изучить взаимосвязь между нейронаукой и креативностью

03

Руководство курса

Если говорить о преподавательском составе этого Курса профессиональной подготовки, то ТЕСН выбрал специалистов с солидным послужным списком в рекламной сфере. Преподавательский состав, включающий опытных профессионалов, обеспечивает эффективное обучение, соответствующее современным требованиям отрасли. Его обширный опыт не только обогащает теоретическую картину, но и дает бесценное представление о том, как эффективно применять навыки *сторителлинга* в рекламных кампаниях. Кроме того, для закрепления полученных знаний используется метод *Relearning*, позволяющий получить качественный и эффективный опыт обучения.





“

Станьте экспертом в области стратегии нарративного контента с помощью лучших рекламных креативщиков”

Руководство



Г-н Лабарта Велес, Фернандо

- ♦ Креативный директор в El Factor H
- ♦ Директор по маркетингу в La Ibense
- ♦ Креативный директор по мероприятиям в Beon Worldwide
- ♦ Директор по брендированному контенту в Atrium Digital и Mettre
- ♦ Креативный директор в Grupo de Comunicación del Sur, BSB и FCA BMZ Cid
- ♦ Преподаватель магистратуры по управлению деловыми и институциональными коммуникациями в Университете Севильи
- ♦ Соавтор книги "Как создать марку". Руководство по использованию и управлению

NETFLIX



Netflix

NETFLIX, INC.
© 2015



04

Структура и содержание

Эта программа предлагает учебный план, в рамках которого студент погрузится в искусство рассказывания историй, эффективно воздействующих на аудиторию. С этой целью в программе рассматривается важность фигур речи в деловом общении. Кроме того, важным компонентом курса является мультимедийная креативность, позволяющая объединить изображения, звук и другие элементы, чтобы обогатить сюжеты историй. С другой стороны, этот Курс профессиональной подготовки определяет взаимосвязь между *сторителлингоми* искусственным интеллектом, а также созданием контента для метавселенной.



“

Учебная программа, которая поможет вам освоить передовые техники повествования, повышающие эффективность ваших кампаний”

Модуль 1. Генерирование рекламных идей

- 1.1. Что необходимо для реализации идеи
 - 1.1.1. Поднять вопрос
 - 1.1.2. Остановка для размышлений - первый шаг к дифференциации
 - 1.1.3. Думайте, размышляйте, снова думайте... И так в течение нескольких дней
 - 1.1.4. Призыв прийти
 - 1.1.5. Творческая среда стимулирует креативность
 - 1.1.6. Как заразительна твоя креативность
 - 1.1.7. Выходите из офиса, живите, наслаждайтесь
 - 1.1.8. Креативный брифинг
 - 1.1.9. Креативный спрос
 - 1.1.10. Откажитесь от привычного
 - 1.1.11. Ключевое слово: партнерство
- 1.2. Креативное мышление
 - 1.2.1. Люди, которые строили теории о креативном мышлении
 - 1.2.2. Ключевые аспекты стимулирования креативного мышления, по мнению Боно
 - 1.2.3. Выводы
- 1.3. Творческий процесс
 - 1.3.1. Творческая концепция
 - 1.3.2. Креативная стратегия в соответствии с жизненным циклом продукта
 - 1.3.3. Стратегии запуска
- 1.4. Программное обеспечение рекламного креатива
 - 1.4.1. Приемы креативного рекламного мышления
 - 1.4.2. Стадии
 - 1.4.3. Возможные варианты использования
 - 1.4.4. Нормы безопасности
 - 1.4.5. Процесс мышления
- 1.5. Творческая группа
 - 1.5.1. Копирайтер или рекламный редактор
 - 1.5.2. Дизайнер и арт-директор
 - 1.5.3. Креативный директор
 - 1.5.4. Креативщик
 - 1.5.6. Шесть шляп, о которых стоит задуматься
- 1.6. Риторическое мышление
 - 1.6.1. Наиболее часто используемые риторические фигуры
 - 1.6.2. Важность риторических фигур в маркетинговой коммуникации
 - 1.6.3. Примеры риторической рекламы
- 1.7. Проектирование с творческим подходом
 - 1.7.1. Манипуляции с изображением
 - 1.7.2. Производство
 - 1.7.3. Визуальная риторика
 - 1.7.4. Типография в рекламе
- 1.8. Рекомендации по созданию
 - 1.8.1. Значимые копии
 - 1.8.2. Цитаты великих создателей рекламы
 - 1.8.3. Рекомендации известных дизайнеров
- 1.9. Виды креативности
 - 1.9.1. Художественная
 - 1.9.2. Научная
 - 1.9.3. Технологическая
 - 1.9.4. Корпоративная
 - 1.9.6. Рекламная
 - 1.9.7. Дизайнерская
- 1.10. Творческие профили
 - 1.10.1. Визионеры
 - 1.10.2. Экспериментаторы
 - 1.10.3. Наблюдатели
 - 1.10.4. Посредники
 - 1.10.5. Аналитики
 - 1.10.6. Коллабораторы
 - 1.10.7. Рассказчики

Модуль 2. Брендированный контент

- 2.1. Что такое *брендированный контент*
 - 2.1.1. Чем реклама похожа на *брендированный контент*
 - 2.1.2. Что необходимо для его создания
 - 2.1.3. Типологии
 - 2.1.4. Какой контент будет иметь успех
 - 2.1.5. Характеристики вирусных видеороликов
 - 2.1.6. Применимость
- 2.2. Что такое контент-маркетинг?
 - 2.2.1. Релевантный и полезный контент
 - 2.2.2. Интерактивные контенты
 - 2.2.3. Сторителлинг
 - 2.2.4. Мультиплатформенный, кросс-медийный и трансмедийный контент
 - 2.2.5. Добавленная стоимость
 - 2.2.6. Креативность в социальных сетях
 - 2.2.7. Как добиться успеха в социальных сетях
 - 2.2.8. Как сделать наш контент доступным
- 2.3. Мультимедийная креативность
 - 2.3.1. Подкаст
 - 2.3.2. *Видеокаст*
 - 2.3.3. *Фотосъемка*
 - 2.3.4. Платформа для презентаций
 - 2.3.5. Видео
- 2.4. Что такое мероприятие
 - 2.4.1. Что это такое
 - 2.4.2. Разница между креативностью рекламы и креативностью мероприятия
 - 2.4.3. Интерактивность рекламы и интерактивность мероприятия
- 2.5. Зачем проводится мероприятие
 - 2.5.1. Праздник и развлечения
 - 2.5.2. Маркетинг и продвижение
 - 2.5.3. Образование и подготовка
 - 2.5.4. Сети и связи
 - 2.5.5. Социальная ответственность и фандрайзинг

- 2.6. Как создается идея мероприятия
 - 2.6.1. Как генерировать творческие идеи
 - 2.6.2. Как разработать подробное предложение
 - 2.6.3. Выводы
- 2.7. Где и как организовать мероприятие
 - 2.7.1. Правильное мероприятие в правильном месте
 - 2.7.2. Правильный подход к бюджету
 - 2.7.3. Нет места для импровизации
 - 2.7.4. Правильный подход к еде
 - 2.7.5. Что может пойти не так на мероприятии. Примеры
 - 2.7.6. План Б
- 2.8. Как вызвать восторг на мероприятии
 - 2.8.1. Сюрприз на мероприятиях
 - 2.8.2. Эмпатия на мероприятиях
 - 2.8.3. Чувства
- 2.9. Креативность в организационном процессе
 - 2.9.1. Креативность в генерации идей
 - 2.9.2. Креативность в дизайне опыта
 - 2.9.3. Креативность в планировании и логистике
 - 2.9.4. Креативность в разработке и продвижении материалов
 - 2.9.5. Креативность в создании интерактивных и партисипативных опытов
 - 2.9.6. Сюрпризы и неожиданные элементы
 - 2.9.7. Креативность в сфере развлечений и контента
 - 2.9.8. Креативное решение проблем на ходу
 - 2.9.9. Креативность даже во время сбора
 - 2.9.10. Креативность до и после мероприятия
- 2.10. Виртуальные мероприятия
 - 2.10.1. Что такое виртуальное мероприятие
 - 2.10.2. Различия между виртуальным и очным мероприятием
 - 2.10.3. Креативность в виртуальных событиях

Модуль 3. Прикладной рекламный креатив

- 3.1. Метавселенная
 - 3.1.1. Что это такое
 - 3.1.2. Какие творческие возможности она открывает
 - 3.1.3. Примеры
- 3.2. Компании метавселенной
 - 3.2.1. Клиенты метавселенной
 - 3.2.2. NFTs
 - 3.2.3. Секторы бизнеса
 - 3.2.4. Работа в метавселенной
 - 3.2.5. Блокчейн и метавселенная
- 3.3. Прыжок в метавселенную
 - 3.3.1. Цифровая гуманизация
 - 3.3.2. Аватаризация
 - 3.3.3. Будущее
- 3.4. Искусственный интеллект и создание контента для метавселенной
 - 3.4.1. ИИ
 - 3.4.2. Содержание
 - 3.4.3. Тексты
 - 3.4.4. Аудиозаписи
 - 3.4.5. Изображения
 - 3.4.6. Мир работы
- 3.5. Представим себе эпоху метавселенной и искусственного интеллекта
 - 3.5.1. Какие творческие возможности она открывает
 - 3.5.2. Примеры
 - 3.5.3. Выводы
- 3.6. Монополия брендов
 - 3.6.1. Единая метавселенная
 - 3.6.2. Цепочки поставок брендов
 - 3.6.3. Потребитель-акционер



- 3.7. Как креативщики будут работать в эту новую эпоху?
 - 3.7.1. Навыки
 - 3.7.2. Настрой
 - 3.7.3. Выводы
- 3.8. Творческие возможности метавселенной
 - 3.8.1. Иммерсивный опыт
 - 3.8.2. Аватары бренда
 - 3.8.3. Виртуальные мероприятия
 - 3.8.4. Персонализация
 - 3.8.5. Творческие союзы
 - 3.8.6. Дополненная реальность
 - 3.8.7. Нативная реклама
 - 3.8.8. Постоянная инновация
- 3.9. Креативные возможности ИИ
 - 3.9.1. Создание индивидуального контента
 - 3.9.2. Оптимизация маркетинговых кампаний
 - 3.9.3. Дизайн и создание изображений и видеороликов
 - 3.9.4. Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR)
 - 3.9.5. Генеративная музыка и искусство
 - 3.9.6. Автоматизация творческих процессов
 - 3.9.7. Ценные ссылки
- 3.10. Нейронаука
 - 3.10.1. Когнитивная нейронаука
 - 3.10.2. Нейромаркетинг
 - 3.10.3. Эмоциональная нейронаука

“ *Программа, разработанная для развития ваших навыков повествования и установления эмоциональной связи с аудиторией*”

05

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.



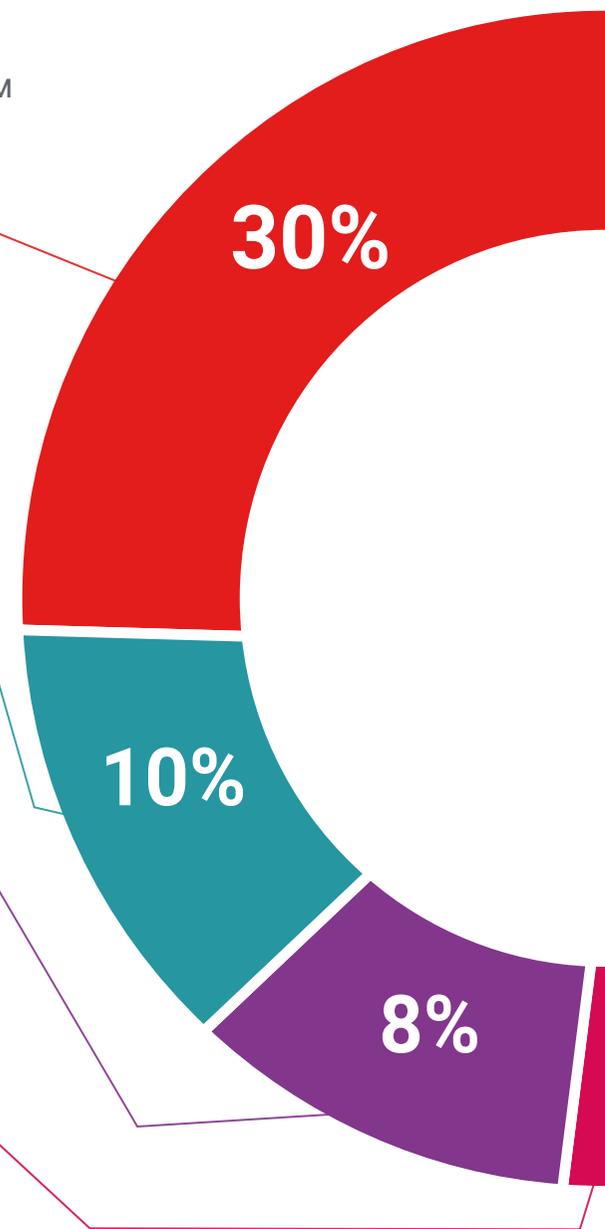
Практика навыков и компетенций

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.



06

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области сторителлинга для рекламы гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и бумажной волокитой”

Данный **Курса профессиональной подготовки в области сторителлинга для рекламы** 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 сторителлинга для рекламы**

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 Институты

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический университет

Курс профессиональной
ПОДГОТОВКИ

Сторителлинг для рекламы

- » Форма обучения: online
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Квалификация: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки

Сторителлинг для рекламы