

专科文凭 广告和公共关系





专科文凭 广告和公共关系

- » 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.techtitude.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-public-relations

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的课程?	04 目标
4	6	10	14
	05 结构和内容	06 方法	07 我们学生的情况
	20	28	36
	08 对你的职业生涯的影响	09 对贵公司的好处	10 学历
	40	44	48

01 欢迎

公共关系领域有助于对任何组织的传播进行战略管理,是了解、管理和调查品牌或实体所面向的不同受众的工具。从这个意义上说,它与广告环境直接相关,而广告环境是由各种传播媒介共同参与的。因此,本课程旨在为专业人员提供一个全面、完整的视野,让他们了解广告系统的基本原理、历史和主角,重点是创意过程、规划及其潜在的社会影响。通过学习,学生将掌握典型的广告综合能力,特别是全球传播能力,这对于进入主要的国内和国际广告公司,或指导私营公司或公共机构的企业传播无疑是至关重要的。



广告和公共关系专科文凭。
TECH科技大学



“

通过TECH科技大学的专科文凭课程的学习,你将在广告领域发展成为一名经验丰富的专业人士,并将获得全面成功应用广告系统流程和变化的知识”

02

为什么在TECH学习？

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院，具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。



“

TECH是一所站在技术前沿的大学, 它将所有资源交给学生支配, 以帮助他们取得商业成功"

TECH科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育科技与最大的教学严谨性相结合。一种具有最高国际认可度的独特方法,将为学生提供在不断变化的世界中发展的钥匙,在这个世界上,创新必须是所有企业家的基本承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为“微软欧洲成功案例”。



最高要求

TECH的录取标准不是经济方面的。在这所大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。该机构的学术标准非常高。

95% | TECH学院的学生成功完成学业



联网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100,000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500

| 与最佳公司的合作协议



人才

该计划是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的项目中,由于该项目,你将能够了解世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的创新信息。

TECH的学生来自200多个国家。



TECH追求卓越,为此,有一系列的特点,使其成为一所独特的大学:



分析报告

TECH探索学生批判性的一面,他们质疑事物的能力,他们解决问题的能力和他们的人际交往能力。



优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。大学将再学习方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10,000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格。这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实、活泼和动态的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

来自20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到学术界最严格和最新的案例研究"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活、最创新的教育方法中学习。



“

我们拥有最著名的教师队伍和市场上最完整的教学大纲,这使我们能够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容。

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

承担新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势、进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的参训人员在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关注和渴望成长的学生。你将能够分享合作伙伴、客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发公司项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人、大公司、著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分:TECH科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

该课程旨在加强学生在广告和公共关系领域的领导技能，培养新的能力，提高他们在需要战略形象的环境中实现学术和职业发展的技能。因此，在完成该课程后，专业人员将能够以创新的视角和国际化的视野，根据当今广告业的基本原理，从全球角度做出正确的决策。



“

在本专科文凭课程中,你将学习如何将创意流程应用于广告传播领域”

TECH 会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

广告与公共关系专科文凭将培养学生：

01

了解广告和公共关系领域及其流程和组织结构

04

确定人类创造力的基本原则及其在说服力沟通表现中的应用

02

确定广告和公共关系专业人士的专业概况, 以及表现所需的主要技能你的专业实践

05

知道如何将创意过程应用于传播领域, 特别是广告和公共关系领域

03

掌握广告语言和其他交流形式的元素、形式和过程, 为此利用西班牙语知识, 分析构成西班牙语语言系统的不同层次和组成部分, 以及被框定的话语产品在不同的文本类型中

06

了解广告活动和公共关系分析系统

07

划定广告公关公司管理的各项职能, 突出其主要应用

10

确定广告流程和公共关系的流程和组织结构

08

确定广告和公共关系专业人士的专业概况, 以及表现所需的主要技能

11

了解广告和公共关系的历史演变

09

你的专业实践知道如何将创意过程应用于传播领域, 特别是广告和公共关系领域

12

了解如何将广告事实与文学、艺术或电影等其他文化表现形式联系起来

13

了解当今社会的结构和转型与广告传播和公共关系的要素、形式和过程的关系

14

以连贯的方式将广告和公共关系与其他社会和人文科学联系起来

15

认识广告语言和其他说服力沟通形式的要素、形式和过程





16

通过不同的媒体和媒体支持,鼓励创造力和说服力

17

认识广告语言和其他说服力沟通形式的要素、形式和过程

18

划定广告公关公司管理的各项职能,突出其主要应用

05

结构和内容

广告和公共关系专科文凭课程由 4 个模块组成,内容由该行业的专家编写,使学生能够以简明、真实的方式学习所有概念,深入了解广告的力量和传播管理方法是如何运作的。这样,专业人员就能通过高质量的内容掌握广告语言和企业形象的方方面面,从而在竞争激烈的环境中脱颖而出。



“

该计划的目标之一是确定广告和公共关系公司管理的各项职能,突出其主要应用”

教学大纲

TECH 科技大学的广告和公共关系专科文凭课程是一项强化课程,旨在培养学生掌握广告系统和公共关系领域交流的基础知识。

其内容旨在鼓励培养学生的管理技能,使他们能够在不确定的环境中,面对广告领域可能出现的商业挑战,更加严谨地做出决策。

在600个小时的准备过程中,学生将通过个人作业分析大量实际案例。因此,这是一个真正的沉浸在真实的商业环境中,这将为专业人士的形象定位。

因此,该专科文凭侧重于广告和公共关系系统,从其历史和理论到其在公司、代理机构和组织中的管理,采用全球和最新的方法。该课程旨在提高专业人员的技能,并从战略、国际和创新的角度引导他们进入该行业。

基于上述原因,本课程专为学生设计,以提高他们的专业水平为重点,培养他们在充满竞争和创造性的环境中取得优异成绩,课程内容以最新趋势为基础,具有创新性,并得到最佳教育方法和优秀师资队伍的支持,这将为他们提供在这一环境中成功发展的技能。

该专科文凭为期6个月,分为4个内容模块:

模块1

公共关系基础

模块2

广告理论

模块3

广告与公共关系史

模块4

广告和公共关系业务



在哪里、什么时候、如何进行？

TECH你提供了完全在网上开发这一方案的可能性。在专业化持续的6个月，你可以学生将能够访问本课程的所有内容，这将使你能够自我管理你的学习时间。

一个独特的、关键的、决定性的教育经历，以促进你的专业发展，实现明确的飞跃。

模块1. 公共关系基础

1.1. 舆论的理论框架

- 1.1.1. 简介
- 1.1.2. 公共关系研究
- 1.1.3. 主要公共关系理论家
- 1.1.4. 公共关系及相关要素
- 1.1.5. 公共关系定义

1.2. 历史发展

- 1.2.1. 阶段
- 1.2.2. 公共关系的起源
- 1.2.3. 公共关系趋势

1.3. 对外交流

- 1.3.1. 特点和受众
- 1.3.2. 与媒体的关系
- 1.3.3. 信息提供

1.4. 内部交流

- 1.4.1. 简介
- 1.4.2. 职能和目标
- 1.4.3. 内部沟通的类型
- 1.4.4. 内部沟通工具

1.5. 公共关系和公众舆论

- 1.5.1. 强大的媒体形象
- 1.5.2. 媒体的有限影响
- 1.5.3. 对社会的结构性影响

1.6. 国际公共关系

- 1.6.1. 国际社会的特点
- 1.6.2. 定义
- 1.6.3. 国际公共关系的作用
- 1.6.4. 行动的类型

1.7. 公共关系和危机

- 1.7.1. 危机中的组织
- 1.7.2. 危机的特点
- 1.7.3. 危机的类型

1.8. 危机的各个阶段

- 1.8.1. 初步阶段
- 1.8.2. 处于急性期
- 1.8.3. 慢性阶段
- 1.8.4. 创伤后阶段

1.9. 准备一个危机计划

- 1.9.1. 对潜在问题的分析
- 1.9.2. 规划
- 1.9.3. 工作人员是否充足

1.10. 危机中的通信技术

- 1.10.1. 优势
- 1.10.2. 劣势
- 1.10.3. 工具

模块2.广告理论

2.1. 广告的基础知识

- 2.1.1. 简介
- 2.1.2. 广告和营销的基础知识
- 2.1.3. 广告、公共关系和宣传
- 2.1.4. 当代广告的层面和社会范围
- 2.1.5. 成功的广告。肯德基

2.2. 广告的历史

- 2.2.1. 简介
- 2.2.2. 源头
- 2.2.3. 工业革命和广告
- 2.2.4. 广告业的发展
- 2.2.5. 互联网世界中的广告
- 2.2.6. 成功的广告:可口可乐公司的案例研究

2.3. 广告和它的参与者I:广告商

- 2.3.1. 简介
- 2.3.2. 广告业如何运作
- 2.3.3. 广告商的类型
- 2.3.4. 在公司的组织结构图上做广告
- 2.3.5. 成功的广告:Facebook案例研究

2.4. 广告和它的参与者II:广告公司

- 2.4.1. 简介
- 2.4.2. 广告公司:广告传播方面的专业人士
- 2.4.3. 广告公司的组织结构
- 2.4.4. 广告公司的类型
- 2.4.5. 广告公司的收费管理
- 2.4.6. 成功的广告。耐克

2.5. 广告和它的参与者三:广告接收者

- 2.5.1. 简介
- 2.5.2. 广告接收者及其背景
- 2.5.3. 作为消费者的广告接收者
- 2.5.4. 广告中的需求和愿望
- 2.5.5. 广告与记忆:关于广告效果
- 2.5.6. 成功的广告:宜家的案例研究

2.6. 广告创作过程一:从广告主到媒体

- 2.6.1. 简介
- 2.6.2. 广告创意过程的初步内容
- 2.6.3. 广告简报或通讯简报
- 2.6.4. 创意战略
- 2.6.5. 媒体战略
 - 2.6.5.1. 成功的广告。Apple

2.7. 广告创作的过程二:创意与广告

- 2.7.1. 简介
- 2.7.2. 广告人创意工作的基本原理
- 2.7.3. 广告创意及其传播地位
- 2.7.4. 广告业的创意工作
- 2.7.5. 成功的广告:皇家马德里案例研究

2.8. 广告创作的过程三:广告宣言的构思和发展

- 2.8.1. 简介
- 2.8.2. 创意构思和策略
- 2.8.3. 创意设计过程
- 2.8.4. Luis Bassat认为创意的十条基本路径:
 - 广告流派
 - 广告格式
- 2.8.5. 成功的广告。麦当劳
- 2.8.6. 成功的广告。麦当劳

2.9. 广告媒体策划

- 2.9.1. 简介
- 2.9.2. 媒体和规划
- 2.9.3. 广告媒体及其分类
- 2.9.4. 媒体策划工具
- 2.9.5. 成功的广告。百事可乐

2.10. 广告、社会和文化

- 2.10.1. 简介
- 2.10.2. 广告与社会的关系
- 2.10.3. 广告与情感
- 2.10.4. 广告、主题和事物
- 2.10.5. 成功的广告。汉堡王

模块3.广告与公共关系史

3.1. 印刷机前的广告活动

- 3.1.1. 最早广告形式
- 3.1.2. 最初的表现形式
- 3.1.3. 古代世界

3.2. 从印刷术到工业革命

- 3.2.1. 从印刷术到工业革命
- 3.2.2. 有助于欧洲印刷术出现的一些方面
- 3.2.3. 标识和标签
- 3.2.4. 大喊大叫和健谈的广告
- 3.2.5. 旗帜和商业壁画
- 3.2.6. 一个新媒体的诞生
- 3.2.7. 沟通与权力:说服力的控制

3.3. 革命

- 3.3.1. 广告和工业革命
- 3.3.2. 通往新闻自由的漫长而曲折的道路
- 3.3.3. 从宣传到广告
- 3.3.4. 宣传和政治广告:概念
- 3.3.5. 这种宣传的特点
- 3.3.6. 商业广告诞生中的工业革命

3.4. 广告的诞生

- 3.4.1. 商业公众的源头
- 3.4.2. 技术革命
- 3.4.3. 印刷系统
- 3.4.4. 纸张
- 3.4.5. 该照片
- 3.4.6. 摄影
- 3.4.7. 印刷广告
- 3.4.8. 海报

3.5. 巩固广告活动

- 3.5.1. 1848-1914年间的经济因素
- 3.5.2. 新的营销形式
- 3.5.3. 报纸
- 3.5.4. 杂志
- 3.5.5. 海报艺术
- 3.5.6. 现代广告的基本原理
- 3.5.7. 美国广告公司
- 3.5.8. 广告技术和工艺

3.6. 两次战争之间的广告

- 3.6.1. 1914-1950年期间的特点
- 3.6.2. 第一次世界大战中的广告
- 3.6.3. 第一次世界大战对广告的影响
- 3.6.4. 第二次世界大战中的广告
- 3.6.5. 第二次世界大战对广告的影响
- 3.6.6. 广告媒体
- 3.6.7. 海报和广告平面设计
- 3.6.8. 户外广告
- 3.6.9. 电影院
- 3.6.10. 电影作为一种劝说的手段
- 3.6.11. 电台
- 3.6.12. 商业电台

3.7. 广告技术的发展

- 3.7.1. 1914年至1950年间的广告活动
- 3.7.2. 广告的组织
- 3.7.3. 机构和风格

3.8. 电子广告

- 3.8.1. T.V.广告的第三个层面
- 3.8.2. 20世纪50年代和60年代的广告
- 3.8.3. 电视的出现

3.9. 今天的广告

- 3.9.1. 简介
- 3.9.2. 当前的广告环境:一个技术角度
- 3.9.3. 当今广告传播的主要挑战
- 3.9.4. 当今广告传播的主要机会

3.10. 公共关系的历史

- 3.10.1. 起源
- 3.10.2. 伯纳斯和他的贡献
- 3.10.3. 拓展:公关在20世纪下半叶

模块4.广告和公共关系业务**4.1. 广告和/或公共关系机构的结构**

- 4.1.1. 结构
- 4.1.2. 功能
- 4.1.3. 机构的选择

4.2. 机构的财务管理

- 4.2.1. 法律形式的类型
- 4.2.2. 商业模式
- 4.2.3. 项目开发和控制

4.3. 广告公司的经济关系

- 4.3.1. 与广告商的经济关系
- 4.3.2. 与雇员和合作伙伴的经济关系
- 4.3.3. 个人企业家和自营职业者

4.4. 广告公司的经营账户

- 4.4.1. 投资、收入和营业额
- 4.4.2. 结果
- 4.4.3. 年度预算

4.5. 广告和公共关系之间的联系

- 4.5.1. 在目标方面
- 4.5.2. 关于活动的目标
- 4.5.3. 关于手段和媒体的选择

4.6. 报酬制度

- 4.6.1. 机构薪酬
- 4.6.2. 机构的会计层面
- 4.6.3. 确定预算

4.7. 与外部利益攸关方的关系

- 4.7.1. 广告公司关系
- 4.7.2. 媒体机构关系
- 4.7.3. 结束消费者代理关系

4.8. 组织增长战略

- 4.8.1. 控股
- 4.8.2. 价值链
- 4.8.3. 组织增长的挑战

4.9. 一家广告公司的内部组织结构图

- 4.9.1. 机构管理模式
- 4.9.2. 账户部
- 4.9.3. 创意部门
- 4.9.4. 媒体部门
- 4.9.5. 生产部门

4.10. 团队管理

- 4.10.1. 激励
- 4.10.2. 变革管理和领导力
- 4.10.3. 内部交流



在本专科文凭课程中,你将学习如何将广告与文学、艺术或电影等其他文化表现形式联系起来,建立成功的联系"

06 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”

TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景

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”



该课程使你准备好在不确定的环境中
面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



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。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。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基础的技术,确保遵循最新的经济,社会和商业现实。



你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”

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。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的时间表。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取容。

在TECH, 你将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。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。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 neuroscience 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。



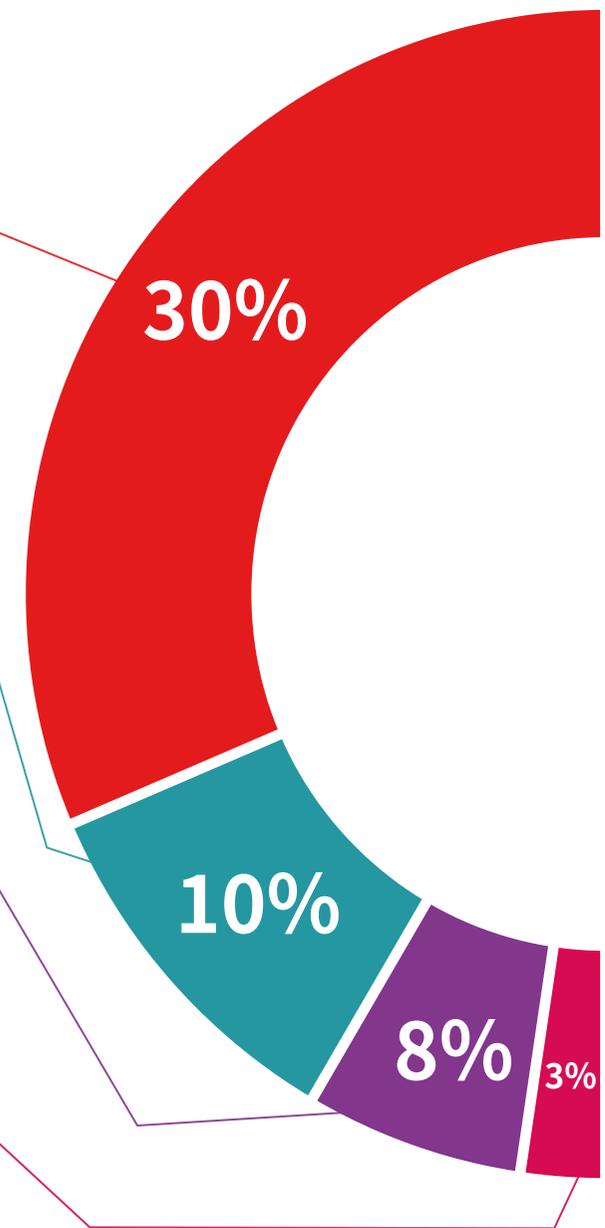
管理技能实习

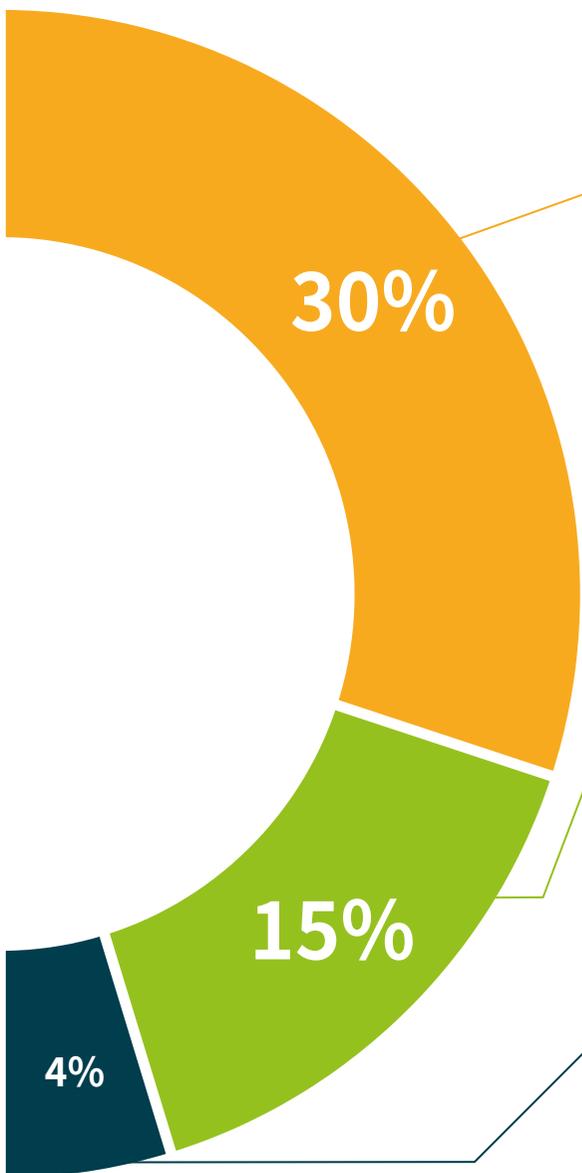
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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。由国际上最好的高级管理专家介绍,分析和辅导的案例。



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。



07

我们学生的情况

本专科文凭课程面向希望拓宽广告和公共关系领域知识面的专业人士,以发展自己的职业生涯,无论是作为自由职业者,还是作为该行业主要公司的经理、企业传播领域或公共组织。因此,该课程的高质量内容将使他们能够培养出在劳动力市场上备受青睐的极具竞争力的专业素质。





“

通过参加该课程,你将在通往事业成功的学术之路上迈出坚实的一步”

平均年龄

35岁至45岁之间

经验年限

+14年以上:8.4%

12至13年:14%

10至11年:18.9%

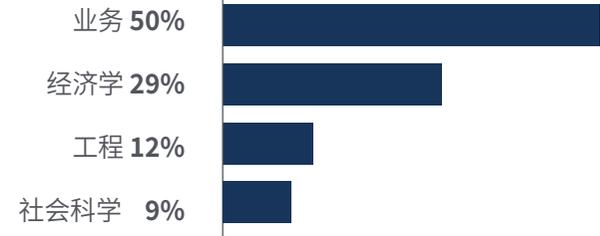
8至9年:27%

5年:8%

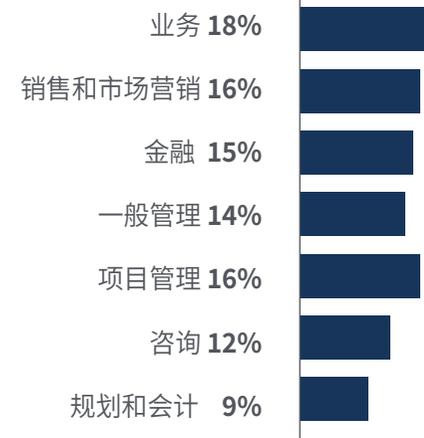
6至7岁:23.7%



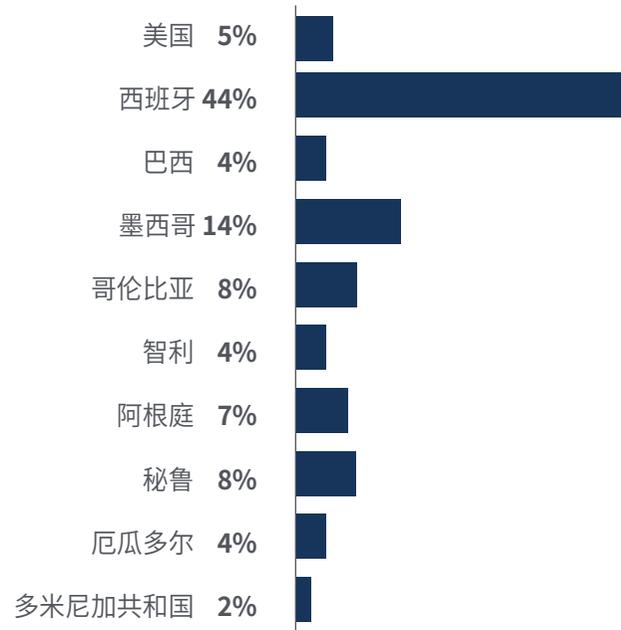
培训



学术概况



地域分布



Alejandro Lerín

宣传人员

"我开始工作的那家中介公司为我提供了 TECH 计划作为内部培训奖励,我很高兴我参加了这个计划。在几个方面中,我学会了在公司的广告战略路线中实施哪些技术,并改进了方法"

08

对你的职业生涯的影响

TECH 意识到, 参加具有这些特点的课程意味着学生在经济、专业和个人方面的巨大投入。做出这种巨大努力的最终目标应该是实现专业成长, 使专业人员的插入、晋升或他或她在劳动力市场上向这个部门寻求的改变获得成功。TECH 致力于实现这一目标, 并通过设计有竞争力的方案、创新锥体的方法和行业内最好的专家来实现。



“

增加工作成功的机会。
通过 TECH 方法实现”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

TECH 大学广告与公共关系专科文凭课程是一项强化课程，旨在培养学生在这一瞬息万变的行业中应对挑战和做出决策的能力，从而更好地了解公司或客户的目标。因此，其主要目标是促进学生的个人和专业成长，以便在这个工作领域获得成功。

对于那些追求学术和专业卓越的人来说，这是一个非常有意义的课程。

通过TECH课程学习，你在工作中取得成功的机会将成倍增加，所以不要犹豫，现在就报名参加吧。

成为广告和公共关系方面的专家，将你的公司定位为行业中最具竞争力的公司之一。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过**25.22%**



09

对贵公司的好处

广告和公共关系专科文凭课程的主要目的是提高学生在这一领域的技能。但除此之外，这也将为他们所在的公司带来显著的优势，因为他们将能够实施更具竞争力的战略，对公司的价值观和目标有详尽的了解，从而对公众产生更大的吸引力。





“

你将接受适当的培训, 为公司
提供创新的广告管理策略”

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念、战略和观点,可以为组织带来相关的变化。

02

留住高潜力的管理人员,避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系,并为公司内部的职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你将能够在不确定和危机的时候做出决定,帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划,该公司将与世界经济的主要市场接触。



05

开发自己的项目

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

10 学历

广告和公共关系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。



“

成功地完成这一培训,并获得你的大学学位,没有旅行或行政文书的麻烦”

这个广告和公共关系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: 广告和公共关系专科文凭

官方学时: 600小时





专科文凭 广告和公共关系

- » 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 广告和公共关系

