

专科文凭 商业传播战略





专科文凭 商业传播战略

- » 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
- » 目标群体:曾经学习过新闻学、传播学、社会科学或工商管理专业,并希望在职业生涯中实现质的飞跃的毕业生、毕业生和大学毕业生。他们可以是活跃的商务人士,也可以是未来的企业家

网络访问:www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-business-strategy-communication

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
	18	24	32
	08 课程管理	09 对你的职业生涯的影响	10 对贵公司的好处
	36	40	44
			11 学历
			48

01 欢迎

制定良好的业务战略是通信公司成功的重要一环。因此，负责管理这一领域的人员必须是一位自信的领导者，了解市场趋势，能够解决复杂的情况。为了让专业人士能够在一项资格证书中找到所有的概念，使他们能够成为这一备受欢迎的管理人才，我们创建了这一资格证书，它不仅能使他们的业务技能发展到非常高的质量水平，还能使他们获得专家的殊荣。这是一个方便的 100% 在线课程，从课程开始时，所有内容都将在虚拟教室中提供，以便您更轻松地组织课程。



商业传播战略 专科文凭。
TECH科技大学



“

通过 TECH, 您将成为传播学商业战略专家, 在不到 6 个月的时间内, 您将看到自己的专业技能得到提高”

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

这个商业传播战略专科文凭课程的主要目标是为毕业生提供所需的动力,帮助他们实现职业上的重大进步。这就是为什么 TECH 提供最完整、最先进的课程,其目的是让专业人士找到所有问题的答案,并成为其在专业和商业上取得成功的指南。



“

深入了解通信公司的商业道德和职业道德,使您成为拥有令人羡慕技能的领导者”

TECH会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

商业传播战略专科文凭使学生能够：

01

在复杂和不稳定的环境中制定决策战略

02

了解经营通信公司的所有技巧

03

知道如何识别公司的环境和目标受众





04

知道如何管理公司的声誉

05

知道如何识别媒体的受众

06

将商业管理的最新趋势应用于你的公司

05

结构和内容

本专业采用最先进的教学方法和最完整的教学内容。所有这些使得 TECH 能够以 6 个月的时间, 100% 在线的形式提供商业传播战略专科文凭课程, 并保证毕业生能够获得成功开展管理活动所需的能力。



“

您将有机会接触到实际场景, 从而培养在复杂情况下的行动能力, 在这种情况下, 主管必须在安全和有保障的情况下行事”

教学大纲

这个商业传播战略专科文凭课程的教学大纲是由教学团队根据TECH的教学指导原则和该领域的最新信息制定的。

该课程由 4 个模块组成, 为期6个月, 共600 个小时, 内容不仅包括理论知识, 还包括实践和视听材料, 形式包括视频、图片、图表、动态摘要和研究文章, 使毕业生能够深入研究他们认为对其专业提升最重要的部分。

本专业涵盖从战略到企业管理的方方面面, 特别强调企业沟通的重要性。此外, 它还关注当前的市场环境和消费者在商业计划成功中的作用。

这是一个 100% 的在线课程, 将为专业人士的职业生涯提供所需的推动力, 以实现他们在传播商业领域最雄心勃勃的目标, 并在他们的专业简历上增添"商业传播战略专家"的头衔。

这个商业传播战略专科文凭的学习时间为 6 个月, 分为 4 个模块:

模块1

经营策略

模块2

通信公司的管理

模块3

战略和企业传播

模块4

市场和沟通环境



在哪里,什么时候,如何进行?

TECH可提供完全在线的商业传播战略专科文凭课程。在培训持续的6个月中,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.经营策略

1.1. 战略方向

- 1.1.1. 战略的概念
- 1.1.2. 战略管理过程
- 1.1.3. 战略管理的方法

1.2. 规划和战略

- 1.2.1. 战略中的计划
- 1.2.2. 战略定位
- 1.2.3. 公司的战略
- 1.2.4. 教学计划

1.3. 战略实施

- 1.3.1. 指标体系和过程方法
- 1.3.2. 战略地图
- 1.3.3. 差异化和一致性

1.4. 公司战略

- 1.4.1. 公司战略的概念
- 1.4.2. 公司战略的类型
- 1.4.3. 确定公司战略的工具

1.5. 数字化战略

- 1.5.1. 技术战略及其对数字创新的影响
- 1.5.2. 战略性IT规划
- 1.5.3. 战略和互联网

1.6. 公司战略和技术战略

- 1.6.1. 为客户和股东创造价值
- 1.6.2. IS/IT战略决策
- 1.6.3. 公司战略与技术 and 数字战略

1.7. 竞争战略

- 1.7.1. 竞争战略概念
- 1.7.2. 竞争优势
- 1.7.3. 选择竞争策略
- 1.7.4. 根据战略时钟模型制定的战略
- 1.7.5. 根据工业部门生命周期的战略类型

1.8. 营销战略的层面

- 1.8.1. 营销策略
- 1.8.2. 营销战略的类型

1.9. 销售策略

- 1.9.1. 销售方式
- 1.9.2. 招聘策略
- 1.9.3. 服务策略

1.10. 社会业务

- 1.10.1. Web 2.0的战略愿景及其挑战
- 1.10.2. 融合机会和ICT趋势
- 1.10.3. 如何使Web 2.0和社会网络盈利
- 1.10.4. 移动性和数字业务

模块2.通信公司的管理

2.1. 通讯业

- 2.1.1. 媒介形态
- 2.1.2. 数字化转型
- 2.1.3. 网络媒体

2.2. 通信公司的法律经济结构

- 2.2.1. 个体户
- 2.2.2. 商业公司
- 2.2.3. 媒体集团

2.3. 结构、管理和挑战

- 2.3.1. 通信地址的部门结构
- 2.3.2. 管理模式的当前趋势
- 2.3.3. 无形资产整合
- 2.3.4. 通信部门的挑战

2.4. 战略分析和竞争力因素

- 2.4.1. 竞争环境分析
- 2.4.2. 竞争力的决定因素

2.5. 商业道德

- 2.5.1. 公司的道德行为
- 2.5.2. 义务论和道德准则
- 2.5.3. 欺诈和利益冲突

2.6. 营销在通信公司中的重要性

- 2.6.1. 传统媒体营销策略
- 2.6.2. RRSS在媒体议程中的影响

2.7. 战略思维和系统

- 2.7.1. 公司作为一个系统
- 2.7.2. 源自企业文化的战略思维
- 2.7.3. 源自人员管理的战略思维

2.8. 品牌建设

- 2.8.1. 品牌和它的功能
- 2.8.2. 品牌建设(品牌)
- 2.8.3. 品牌架构

2.9. 创意策略的制定

- 2.9.1. 探索策略选择
- 2.9.2. 反简报或创意简报
- 2.9.3. 品牌和定位

2.10. 危机手册设计/危机沟通计划

- 2.10.1. 预防危机
- 2.10.2. 在危机中管理沟通
- 2.10.3. 从危机中恢复

模块3.战略和企业传播

3.1. 组织中的沟通 3.1.1. 组织、人和社会 3.1.2. 组织行为的历史演变 3.1.3. 双向沟通	3.2. 商务沟通的趋势 3.2.1. 企业内容的生成和分发 3.2.2. Web 2.0 中的业务通信 3.2.3. 沟通过程中的度量衡实施	3.3. 综合传播计划 3.3.1. 审计和诊断 3.3.2. 拟定沟通计划 3.3.3. 衡量结果:关键绩效指标和投资回报率	3.4. 内部交流 3.4.1. 激励、社会行动、参与和人力资源培训方案 3.4.2. 内部沟通工具和支持 3.4.3. 内部沟通计划
3.5. 对外沟通 3.5.1. 对外沟通动作 3.5.2. 通讯柜的必要性	3.6. 信誉管理 3.6.1. 企业声誉管理 3.6.2. 品牌声誉方法 3.6.3. 领导声誉管理	3.7. 沟通和数字声誉 3.7.1. 在线声誉报告 3.7.2. 社会网络中的网络礼节和良好做法 3.7.3. 品牌建设和网络 2.0	3.8. 危机情况下的沟通 3.8.1. 危机的定义和类型 3.8.2. 危机的各个阶段 3.8.3. 消息:内容和时刻
3.9. 游说团和压力集团 3.9.1. 意见团体及其在公司和机构中的表现 3.9.2. 机构关系和游说 3.9.3. 干预领域、监管工具、战略和传播方式	3.10. 企业品牌战略 3.10.1. 公共形象和利益相关者 3.10.2. 企业品牌和管理 3.10.3. 与品牌标识一致的企业传播策略		

模块4.市场和沟通环境

4.1. 公司大环境 4.1.1. 宏观环境概念 4.1.2. 宏观环境变量	4.2. 企业微环境 4.2.1. 微环境概念的探讨 4.2.2. 微环境的参与者	4.3. 新的竞争环境 4.3.1. 技术创新和经济影响 4.3.2. 知识社会 4.3.3. 新的消费者档案	4.4. 了解市场和消费者 4.4.1. 开放式创新 (Open Innovation) 4.4.2. 竞争情报 4.4.3. 竞争经济
4.5. 市场和观众 4.5.1. 媒体用户概况 4.5.2. 受众碎片化	4.6. 制定营销计划 4.6.1. 营销计划的概念 4.6.2. 对形势的分析和诊断 4.6.3. 战略营销决策 4.6.4. 业务营销决策	4.7. 市场细分 4.7.1. 市场细分概念 4.7.2. 分段实用程序和要求 4.7.3. 消费市场细分 4.7.4. 产业市场细分 4.7.5. 细分策略 4.7.6. 基于营销组合标准的细分	4.8. 竞争地位 4.8.1. 市场定位理念 4.8.2. 定位过程
4.9. 商业细分 4.9.1. 分销渠道、销售区域和产品分析 4.9.2. 商业区准备 4.9.3. 参观计划的实施	4.10. 企业社会责任 4.10.1. 社会承诺 4.10.2. 可持续的组织 4.10.3. 组织中的道德规范		

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方法与基于循环的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。



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

这个商业传播战略专科文凭的目标受众是曾经学习过新闻学或传播学以及社会科学或工商管理专业,并希望在职涯中实现质的飞跃的大学毕业生和专业人士。他们可以是活跃的商务人士,也可以是未来的企业家。具有不同学术背景和来自多个国家的参与者的多样性构成了该计划的多学科方法。





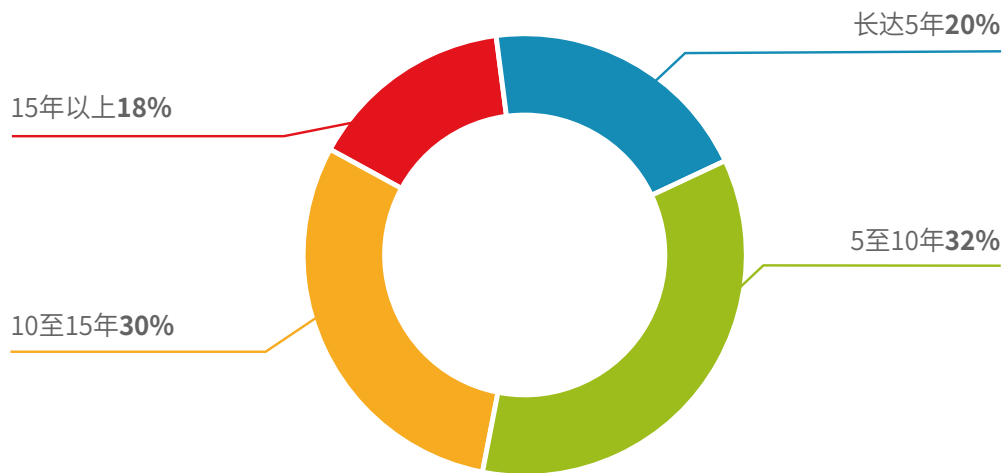
“

TECH 意识到, 像这样的学位是一项重大的财务投资。这就是为什么我们努力提供最好的学术课程, 以适应毕业生的可用性, 并保证为他们的职业生涯带来他们一直在寻找的推动力”

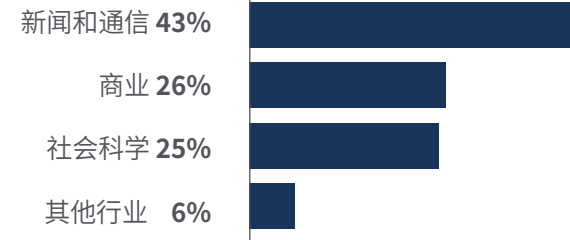
平均年龄

35岁至45岁之间

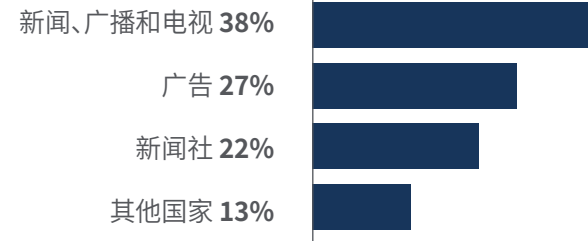
经验年限



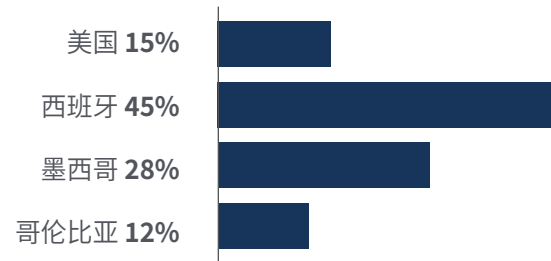
培训



学术概况



地域分布



Rosario Miranda

一家国际通信公司的内容经理

"在这个课程中,我找到了几个月来苦苦寻找的答案,这个学位既能让我继续完善我的学术课程,又不会影响我的工作生活。此外,由于我在虚拟教室中找到了大量的补充材料,我得以深入学习我最感兴趣的教学大纲方面的内容,这让我从该课程中获得了最大的收获"

08 课程管理

该专科文凭的管理主要体现在两个方面：学术课程和广泛的专业背景。TECH 为该专业挑选了一批最优秀的传播专家，他们都是活跃的记者，拥有在媒体机构担任管理职务的工作经验。他们是一支致力于提高毕业生水平的教学团队，可随时解决学生在学习过程中可能出现的任何问题。





“

在传播领域专家的指导下,通过学习这一资格证书,您将能够执行他们在日常工作中使用的协议和策略”

管理人员



Iñesta Fernández, Noelia 女士

- 社交媒体经理和记者
- 传讯经理 (G. Greterika Imp-Exp)
- 传播和营销主管 (A. 企业)
- Horeca 频道中小型企业的社区经理
- 当地媒体作家
- 媒体研究博士
- 社交媒体管理硕士
- 新闻学学位
- 视听制作高级技师



09

对你的职业生涯的影响

TECH 非常重视决定参加该课程的专业人士在时间和金钱方面的投资。因此,我们尽最大努力提供不辜负期望的内容,为毕业生的职业道路带来尽可能大的积极影响。这将使他们能够实现拟议的短期、中期和长期目标。此外,还能提高组织和规划技能,以便扩展自己的业务或在公司的管理阶梯上更上一层楼。





“

您将学习一个由通信行业专业人士设计并为他们服务的学位”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

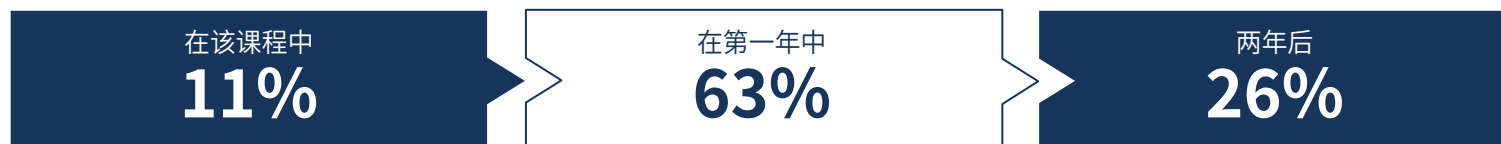
TECH科技大学的商业传播战略专科文凭是一个强化课程，为你准备好面对国内和国际的挑战和商业决策。其主要目的是促进你的个人和职业成长。帮助你获得成功。

如果你想提高自己，在专业水平上实现积极的变化，并与最好的人交流，这里就是你的地方。

现在就报名，成为一名自信、成功的商业战略管理领导者。

在您的简历中加入该计划，将使您的工作和薪水得到显著提高。

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%



10

对贵公司的好处

商业传播战略专科文凭通过培训高水平的领导人, 为提高管理层的人才潜力做出了贡献。参加这个方案文凭是一个独特的机会, 可以进入一个强大的联系网络, 在其中寻找未来的专业合作伙伴、客户或供应商。除了在数字化和组织领域获得新的经验外。





“

您将与来自世界各地的专业人士分享学术经验, 这将使您有机会扩大您的人脉组合并建立网络”

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。

11 学历

商业传播战略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**商业传播战略专科文凭**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:**商业传播战略专科文凭**

官方学时:**600小时**





专科文凭 商业传播战略

- » 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 商业传播战略

