

专科文凭 企业沟通, 品牌战略和声誉





专科文凭 企业沟通、品牌战略和声誉

- » 模式: 在线
- » 时间: 6个月
- » 学历: TECH科技大学
- » 时间表: 按你方便的
- » 考试: 在线
- » 目标群体: 大学毕业生和在相关领域有明显经验的专业人员与沟通和机构或商业关系。

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

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

该TECH学位旨在培养来自不同商业领域的企业沟通和品牌形象建设方面的专业人才。将研究新闻办公室、声誉管理或如何处理危机等相关主题。通过培训所获得的知识,学员将能够控制一个组织的所有沟通方面,从而能够在自己的企业计划中承担更大、报酬更高的责任。自己的企业结构。



企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭
TECH科技大学



“

通过了解公司与公众的沟通方式,你将能够在公司内部承担更大的责任,能够照顾到公司最重要的方面,即公司的公众形象”

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

通过培训, 专业人员将有机会获得商业环境的关键知识, 并在公司内部以更明显的面孔出现在公众面前。这将使你能够申请责任更大的职位或申请感兴趣的晋升, 通过一系列能力展示你的专业技能, 使你从其他候选人中脱颖而出。





掌握商务沟通技巧为你的
简历增添专业性的能力"

TECH会把学生的目标作为自己的目标
与学生们共同致力

这企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭将使你培训:

01

为在经济竞争激烈、文化多元的环境中运营的组织设计高效的传播战略

04

在组织内部和外部的每一种传播形式中实施计划、行动和制作具体的传播作品

02

影响组织内外部受众的观点、态度和行为

05

解释不同企业传播形式之间的持续反馈和战略相互关系

03

对企业形象、宣传和身份进行适当管理

06

根据品牌和业务定位, 选择正确的沟通渠道和媒体



07

运用不同的方法模型对公司形象和声誉进行审计

08

分析作为品牌定位信息来源的公众舆论

09

进行必要的战略调整,纠正因期望、预测和感知的身份而产生的问题

05

结构和内容

本企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭课程完全在线授课，因此学生可以根据自己的时间安排和空闲时间调整教材。在为期6个月的课程中，将打下最重要的专业基础，以胜任传播主管和企业形象主管等职位。



“

对专业人员来说,完整的培训具有很高的兴趣,这将使他/她能够在该领域的最佳竞争中胜出”

教学大纲

企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭课程是一项强化课程，旨在培养学生应对商业世界中各种传播挑战的能力。其内容旨在鼓励发展管理技能，以便在不确定的环境中做出更严格的决策。

在整个375小时的学习中，学生将通过个人工作回顾大量的实际案例，这将使他们获得必要的技能，在日常实践中成功发展。因此，它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

该课程深入探讨不同的商业领域，旨在从战略、国际和创新的角度让管理人员更好地了解企业传播的重要性。

专门为学生设计的计划，以提高他们的专业水平为重点，帮助他们在品牌管理和商务交流领域取得卓越成就。一个通过基于最新趋势的创新内容了解你和你公司需求的课程，并得到最佳教育方法和杰出师资的支持，这将使你获得创造性和高效地解决关键情况的技能。

该专科文凭为期6个月，分为4个内容模块：

模块 1

企业沟通、品牌战略和声誉

模块 2

企业传播的战略规划

模块 3

公司传播的管理方面

模块 4

道德与企业社会责任



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。在培训持续的6个月中，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. 企业传播、品牌战略和声誉

1.1. 企业沟通、品牌战略和声誉

- 1.1.1. 企业形象和战略愿景
- 1.1.2. 身份认同和重新定义企业价值观
- 1.1.3. 传播部的挑战
- 1.1.4. 传播部门的挑战

1.2. 企业品牌战略

- 1.2.1. 公共形象和利益相关者
- 1.2.2. 企业品牌和管理
- 1.2.3. 与品牌识别相一致的企业沟通战略

1.3. 信誉理论

- 1.3.1. 信誉是良好业务的典范
- 1.3.2. 公司声誉的概念
- 1.3.3. 内部声誉
- 1.3.4. 国际化对企业声誉的影响

1.4. 信誉评估

- 1.4.1. 公司声誉的审计
- 1.4.2. 上市公司声誉监测
- 1.4.3. 声誉善治指数
- 1.4.4. 部门声誉分析

1.5. 信誉管理

- 1.5.1. 企业声誉管理
- 1.5.2. 品牌声誉方法
- 1.5.3. 领导声誉管理

1.6. 声誉风险和危机管理

- 1.6.1. 倾听和管理观念
- 1.6.2. 程序、危机手册和应急计划
- 1.6.3. 培训紧急情况下的发言人

1.7. 伦理的可持续性

- 1.7.1. 可持续发展战略和标准
- 1.7.2. 具有可持续性标准的交流活动
- 1.7.3. 可持续的品牌定位和形象

1.8. 品牌和声誉指标和分析

- 1.8.1. 企业品牌衡量标准介绍
- 1.8.2. 内部和外部测量指标
- 1.8.3. 品牌管理工具
- 1.8.4. 排名 和品牌评估

模块2. 企业沟通的战略规划

2.1. 战略规划师

- 2.1.1. 战略规划师:起源和职能
- 2.1.2. 广告公司、战略咨询公司和通信公司的战略策划人
- 2.1.3. 利益相关者管理]

2.2. 规划的模式和流派

- 2.2.1. 无形资产的管理模式
- 2.2.2. 无形资产和战略规划
- 2.2.3. 对无形资产的评估
- 2.2.4. 信誉和无形资产

2.3. 战略规划中的定性研究

- 2.3.1. 洞察力的检测
- 2.3.2. 焦点小组战略规划
- 2.3.3. 规划战略访谈

2.4. 战略规划中的定量研究

- 2.4.1. 分析数据并得出结论
- 2.4.2. 使用心理测量技术
- 2.4.3. 应用商业传播研究中的挑战

2.5. 创意策略的制定

- 2.5.1. 探讨战略选择
- 2.5.2. 反简报或创造性简报
- 2.5.3. 品牌建设和定位

2.6. 对不同媒体的战略使用

- 2.6.1. 360度运动
- 2.6.2. 推出新产品
- 2.6.3. 社会趋势
- 2.6.4. 成效评估

2.7. 商务沟通的趋势

- 2.7.1. 公司内容的生成和分发
- 2.7.2. Web 2.0中的商业沟通
- 2.7.3. 沟通过程中的度量衡实施

2.8. 赞助

- 2.8.1. 赞助、赞助和社会宣传方面的行动策略
- 2.8.2. 交流机会和有形及无形的回报
- 2.8.3. 招待和协作行动企业内容的生成和分发

模块3.公司传播的管理方面

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 3.1.4. 沟通的障碍	3.2. 沟通管理的结构、管理和挑战 3.2.1. 传播局的部门结构 3.2.2. 当前管理模式的趋势 3.2.3. 无形资产的整合 3.2.4. 公司业务文化	3.3. 综合性的沟通计划 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. 媒体效果 3.4.1. 商业和广告传播的有效性 3.4.2. 媒体效应的理论 3.4.3. 社会和共同创造的模式
3.5. 新闻办公室和媒体关系 3.5.1. 确定信息需求和机会 3.5.2. 对报告的管理和对发言人的采访 3.5.3. 虚拟新闻-室和电子通讯 3.5.4. 购买广告空间	3.6. 公共关系 3.6.1. 公关战略和实践 3.6.2. 礼节和仪式规则 3.6.3. 活动组织和创意管理	3.7. 游说团和压力集团 3.7.1. 舆论团体及其在公司和机构中的作用 3.7.2. 机构关系和游说 3.7.3. 干预领域、监管工具、战略和传播方式	3.8. 内部交流 3.8.1. 激励、社会行动、参与和人力资源培训方案 3.8.2. 内部沟通工具和支持 3.8.3. 内部沟通计划
3.9. 品牌建设和命名 3.9.1. 品牌管理和协调新产品的推出 3.9.2. 品牌重新定位	3.10. 受众预测和数据来源 3.10.1. 计量单位和受众概况 3.10.2. 亲和力、份额、评级和GrP的 3.10.3. 目前广告市场上的供应商		

模块4.道德与企业社会责任

4.1. 管理职能和企业社会责任 4.1.1. 企业社会责任的战略愿景 4.1.2. 平衡计分卡 4.1.3. 实施企业社会责任的系统和模式 4.1.4. 企业社会责任的组织、角色和责任	4.2. 企业责任 4.2.1. 无形资产经济中的价值创造 4.2.2. RSC:企业承诺 4.2.3. 社会、环境和经济影响	4.3. 负责任的金融和投资 4.3.1. 可持续性和首席财务官的责任 4.3.2. 报告中的透明度 4.3.3. 负责任的融资和投资 4.3.4. 社会经济、合作主义和企业社会责任	4.4. 商业与环境 4.4.1. 可持续发展 4.4.2. 企业对环境问题的反应 4.4.3. 废物和排放
4.5. 包装与环境 4.5.1. 包装是一种差异化的商业战略 4.5.2. 销售点的动画和沟通 4.5.3. 包装设计和未来趋势	4.6. 负责任的管理制度和工具 4.6.1. 社会责任管理制度 4.6.2. 系统集成 4.6.3. 质量、环境和职业健康与安全管理系统 4.6.4. 审计	4.7. 商业道德 4.7.1. 有道德的商业行为 4.7.2. 道义学和道德准则 4.7.3. 欺诈和利益冲突	4.8. 跨国公司与人权 4.8.1. 全球化、人权和多国公司 4.8.2. 跨国公司和国际法 4.8.3. 具体法律文书
4.9. 法律环境和公司治理 4.9.1. 国际进口和出口规则 4.9.2. 知识产权和工业产权 4.9.3. 国际劳工法			

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。



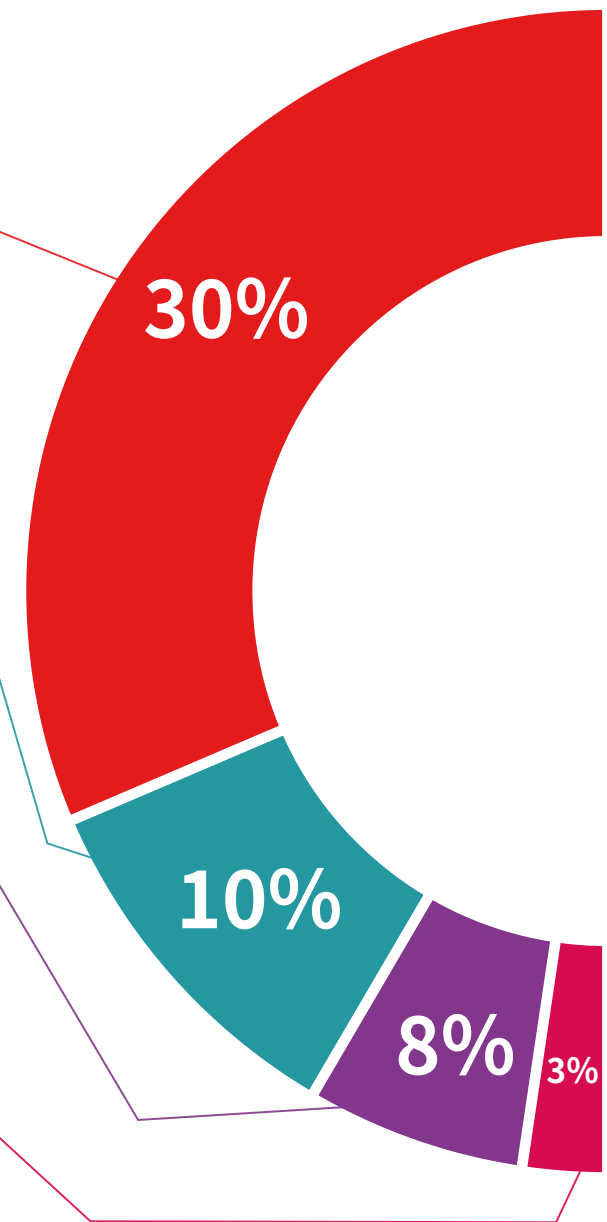
管理技能实习

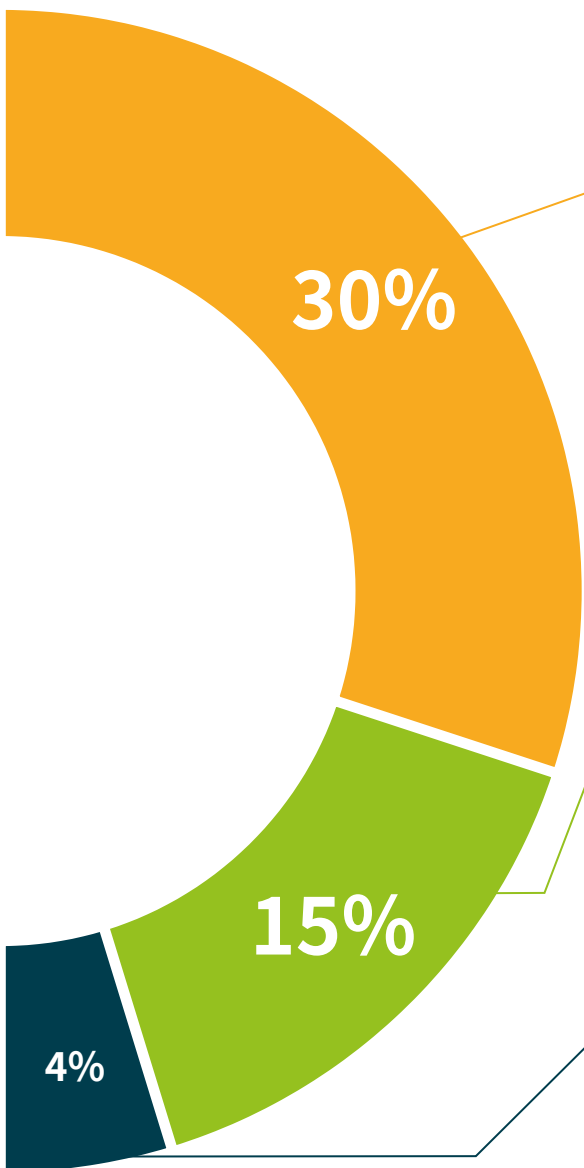
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭课程面向希望更新知识、探索企业信息和传播管理新方法并在职业生涯中取得进步的传播相关专业人员。来自不同国家、不同学术背景的参与者构成了该课程的多学科方法，这对于任何希望在国际环境中发展的人来说无疑都是一个优势。对于任何希望在国际环境中发展的人来说，这无疑是一个优势。





“

如果你有沟通管理的经验,并且在继续工作的同时寻找一个有趣的职业改进,这是为你准备的方案”

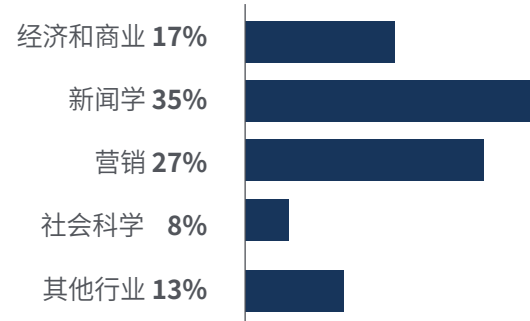
平均年龄

35岁至**45**岁之间

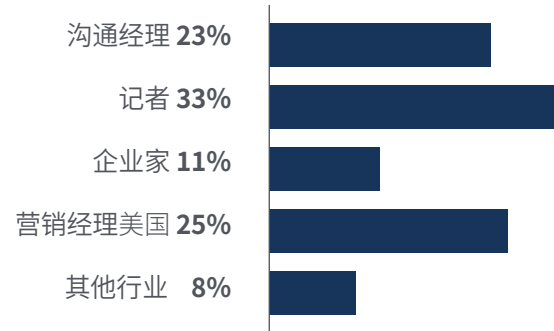
经验年限



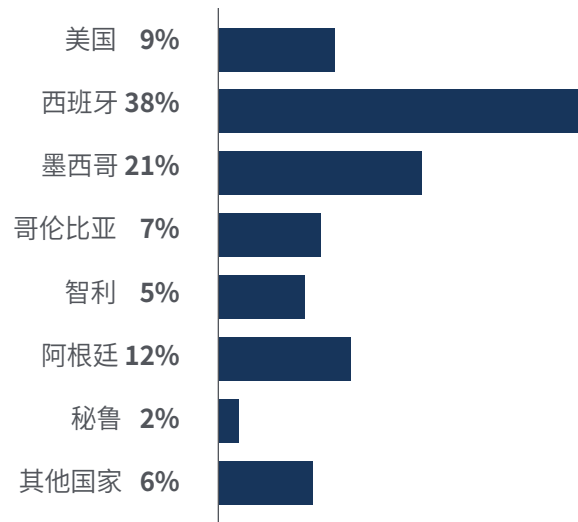
培训



学术概况



地域分布



José Huertas

通信经理

"多亏了这个专科文凭,我才能更好地了解如何在我工作的公司中管理沟通,我很快就在我的上司面前脱颖而出,在完成课程后不久,他们就毫不犹豫地给了我一个责任更大的职位"

08

课程管理

在我们的大学里,我们有专门从事每个知识领域的专业人士,他们将自己的工作经验带到我们的培训课程中。一个具有公认声望的多学科团队汇聚一堂,为你提供该领域的所有知识。





“

我们在企业沟通、品牌战略和声誉方面的专家教学团队、将帮助你在专业领域取得成功”

国际客座董事

因其创造力、领导力和高质量的信息内容而获得“国际内容营销奖”，Wendy Thole-Muir是一位知名的沟通总监，在声誉管理领域中具有高度专业性。

在这方面，她在这一领域拥有超过二十年的丰富职业经历，曾在诸如Coca-Cola等国际知名机构工作。她的角色包括监督和管理公司沟通，以及控制组织形象。她的主要贡献之一是领导实施了内部互动平台Yammer，借此提升了员工对品牌的承诺，并建立了一个显著改善信息传递的社区。

此外，她还负责管理各个非洲国家企业的策略投资的沟通。例如，她参与了关于在肯尼亚重大投资的对话，展示了企业对该国经济和社会发展的承诺。同时，她还因其在各市场上管理公司形象的能力而获得了多个奖项，成功使公司保持高度知名度，并让消费者将其与高质量联系在一起。

她始终致力于卓越，积极参与全球知名的会议和研讨会，旨在帮助信息专业人士掌握最先进的沟通战略规划技巧。因此，她帮助了许多专家有效应对机构危机和不利事件。



Thole-Muir, Wendy 女士

- ◆ 可口可乐公司战略沟通与企业声誉总监, 南非
- ◆ 负责ABI (SABMiller) 公司在比利时的企业声誉与沟通
- ◆ ABI公司在比利时的沟通顾问
- ◆ Third Door在南非豪登省的声誉与沟通顾问
- ◆ 南非大学社会行为研究硕士
- ◆ 南非大学社会学与心理学专业硕士
- ◆ 夸祖鲁-纳塔尔大学政治科学与工业社会学学士
- ◆ 南非大学心理学学士

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

管理人员



Larrosa Guirao, Salvador 先生

- ◆ 专门研究金融的教授,在该领域和教学方面有丰富的经验

教师

Gomis Noriega, Silvia 女士

- ◆ 创新教师
- ◆ 一位经验丰富、长期从事教学工作的人



Elements of Complete Plan

- Executive Summary
- Company Summary
- Products and Services
- Market Analysis
- Management
- Financial Plan
- Appendix



Key to Success
↓
Product and Services

09

对你的职业生涯的影响

TECH意识到,采取这些特点的方案是一项巨大的经济、专业,当然也包括个人投资。因此,开展这项伟大工作的最终目标应该是在企业传播领域获得专业成长。因此,通过市场上最新颖的方法,可以确保获得该领域最先进的教学材料和工具。





“

TECH为你提供市场上最好的交流工具和方法,让你在工作中迅速脱颖而出”

你准备好迈出这一步了吗? 卓越的职业提升在等着你

企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭课程是一项强化课程,旨在培养学生领导与公司传播战略相关的工作团队,提高最终成果的质量。其主要目标是支持你的个人和职业成长,帮助你在事业上获得成功。

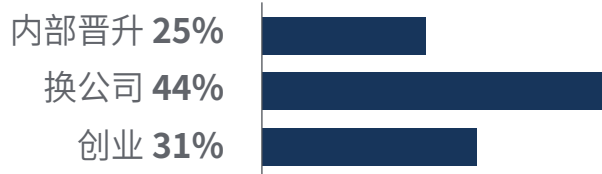
内部晋升是改善你的职业生涯的最佳选择之一,所以不要再犹豫了,为在公司取得成功而训练自己。

通过完成这个专业课程你的职业生涯发生积极变化。

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

企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭通过培养高级领导人才,为最大限度地发挥组织的人才潜能做出了贡献。此外,加入该高级大学课程是一个独特的机会,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。





“

TECH将使你了解主要的工具, 以便能够在你的职业中轻松地处理自己的问题”

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

企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭课程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**企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭**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:**企业沟通、品牌战略和声誉专科文凭**

官方学时:**375小时**



*海牙认证。如果学生要求他或她的纸质学位进行海牙认证, TECH EDUCATION将作出必要的安排, 并收取额外的费用。



专科文凭 企业沟通、品牌战略和声誉

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭 企业沟通、品牌战略和声誉