

专科文凭

创意产业中的沟通 and 品牌建设





专科文凭 创意产业中的沟 通和品牌建设

- » 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

网络访问: www.techtitute.com/cn/videogames/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-communication-branding-creative-industries

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

18

05

方法

24

06

学位

32

01 介绍

创造一个醒目的名字是非常困难的,如果我们谈论的是视频游戏,那就更难了,因为每年都有数以千计的标题发布,涉及各种可以想象的主题。视频游戏行业的通信和品牌团队在创作中发挥着重要作用,因为他们负责引导设计师的所有创意,并以可靠和有吸引力的方式传递给目标受众,以强大的名称和标识吸引他们的注意力。这项技术资格强调了这一重要性,为学生提供了所有必要的工具,以成功完成最重要的沟通和品牌任务。



“

最具传奇色彩的视频游戏的名字被人们记住了几十年。由于这个专科文凭的知识, 你将有能力产生这种影响”

在创意领域,特别是在视频游戏领域,产品的品牌和传播是最基本的之一。具有最大潜力的游戏都有吸引所有观众的名字,如《堡垒之夜》或《Minecraft》。

这个技术学位的意图是为其学生提供最强大和最新的沟通方法和工具,以便他们能够在像视频游戏行业这样的创造性行业中充分发展自己的潜力。

因此,在课程中以密集的方式审查了品牌的概念及其主要战略,定义了必须采取的所有步骤,以将电子游戏的所有想法和概念统一到一个强大和有吸引力的标题中。沟通是这个与观众联系的过程中的一个固有部分,因此,战略技术和量身定做的规划也将被讨论,以了解对观众产生积极影响的最佳方式。

这项全面的技术资格还具有完全在线教学的优势,因此学生可以从任何可以上网的设备上下载所有教学材料。因此,没有固定的时间表或限制学生自己的个人或职业责任的课程。

这个**创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由管理学和创意公司管理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实用的信息
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 特别强调的是创意公司在沟通和品牌方面的创新方法
- ◆ 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

“

你的视频游戏演示活动将被记住,这要归功于你在这个专科文凭中所学到的对观众的细致研究”

“

《帝国时代》,《神奇宝贝》,《战神》等等。它们都是镌刻在全世界游戏玩家记忆中的名字。你会是下一个在这个名单上添加一个的人吗”

通过正确的沟通和良好的营销活动,你可以保证你所从事的任何学位的成功。

TECH给你最大的舒适性和灵活性,使你可以根据自己的节奏来调整教学内容,而不是相反。

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。

它的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

该创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭旨在为其学生提供一套工具和方法,以实用的方式处理视频游戏演示活动,以及接受挑战,为正在开发的标题赋予完整的品牌形象。为此,它确保达到一系列预先设定的目标,教学人员在准备所有可用的教学材料时必须考虑到这些目标。





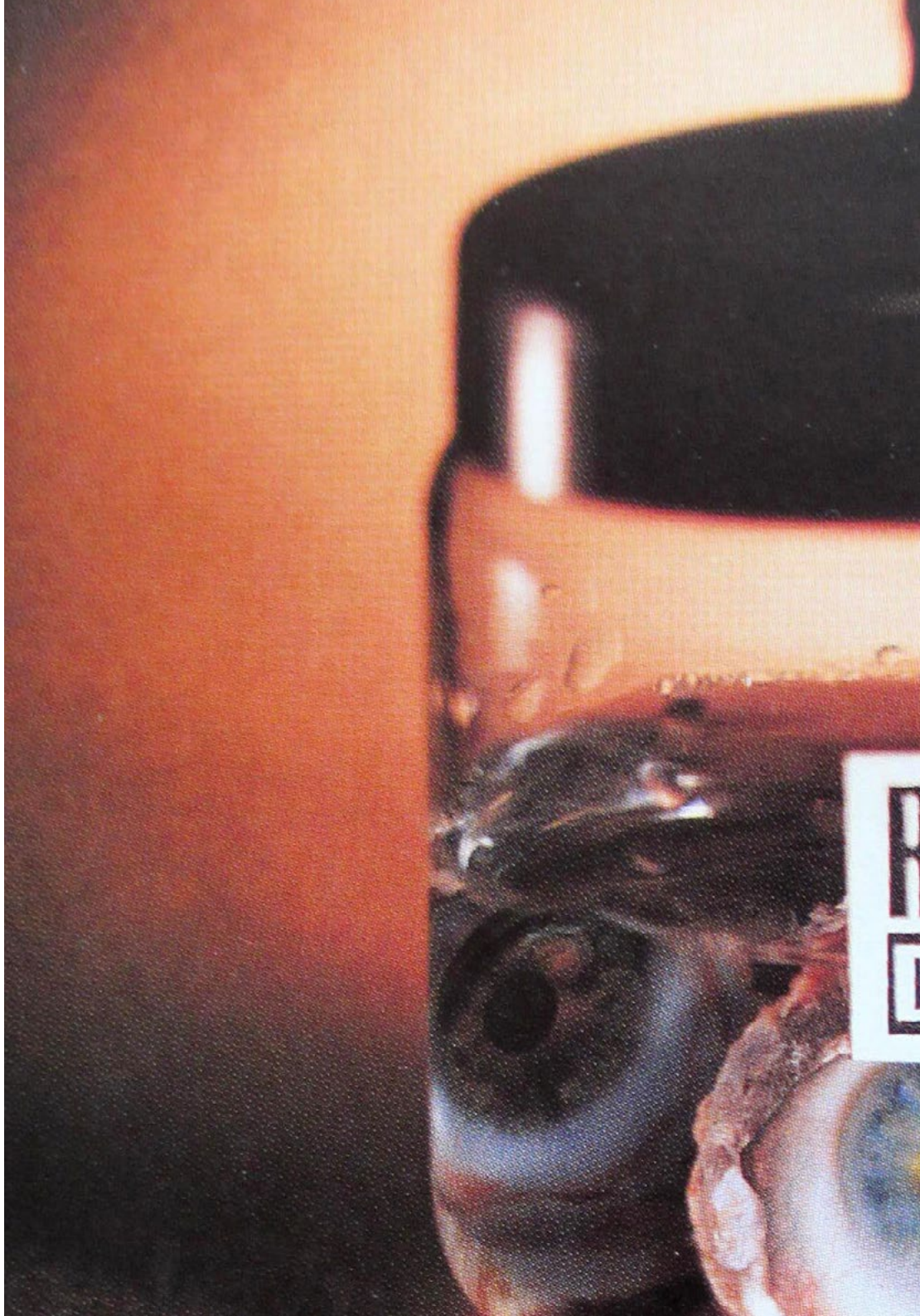
“

TECH确保其教学具有尽可能高的质量和严谨性,因此,通过学习这个学位,你可以保证成为一个真正的视频游戏交流专家”



总体目标

- ◆ 为学生的专业化提供有用的知识,为他们提供在个人和专业工作中发展和应用原创思想的技能
- ◆ 了解创造力和创新是如何成为经济的驱动力的
- ◆ 在创意管理领域的新环境和跨学科背景下解决问题
- ◆ 将自己的知识与他人的知识结合起来,根据每个案例中的现有信息做出明智的判断和推理
- ◆ 知道如何管理关于特定主题的新颖想法的创造和实施过程
- ◆ 获得在创意产业的新背景下管理公司和组织的具体知识
- ◆ 掌握分析当今创意产业发展和转型的经济,社会和文化现实的工具
- ◆ 获得必要的技能,在商业和创业环境中发展和发展他们的专业形象
- ◆ 获得在创意产业的新背景下管理公司和组织的知识
- ◆ 利用现有资源组织和计划任务,在准确的时间范围内解决这些问题
- ◆ 利用新的信息和通信技术作为研究领域的培训和经验交流的工具
- ◆ 培养书面和口头沟通技巧,并在日常实践中进行有效的专业演讲
- ◆ 获得市场研究,战略眼光,数字方法和共同创造的技能





具体目标

模块1.新的创意产业

- ◆ 获得新创意产业的知识
- ◆ 深入了解创意产业在经济层面上的重要性
- ◆ 深入了解视觉和表演艺术的知识
- ◆ 深入了解历史,自然和文化遗产的知识

模块2.创意品牌: 创意品牌传播和管理

- ◆ 了解品牌的创建和演变过程
- ◆ 知道如何创建品牌的图形标识
- ◆ 了解沟通的主要技术和工具
- ◆ 能够执行公司的简报

模块3.新的数字营销策略

- ◆ 应用数字营销工具, 考虑到信息将到达的受众
- ◆ 进行网络分析, 为公司提供信息以了解如何指导其广告战略
- ◆ 使用社交网络作为营销和广告工具
- ◆ 应用内向型营销工具

“

以你的技能和创造力产生好的想法, 你只需要知道如何将它们转化为视频游戏行业内沟通活动的宝贵资产”

03

课程管理

由于其教学人员的专业知识和高水平能力,TECH确保其学位具有尽可能高的质量。因此,在创意产业的传播和品牌方面的专科文凭,TECH汇集了创意领域的各种公司领导的丰富经验的教员。因此,保证学生能够获得具有良好专业印记的严格的教学材料。



“

创意产业中最优秀的专业人士将为你提供
钥匙, 让你在电子游戏领域发挥最大潜力”

国际客座董事

S. Mark Young 是一位享誉国际的专家, 他的研究重点集中在娱乐行业。他的成果获得了众多认可, 其中包括2020年由美国会计协会颁发的会计与管理生涯奖。此外, 他因其对这些领域学术文献的贡献而三次获奖。

他的职业生涯中的一个重要里程碑是与Drew Pinsky博士合作出版的研究《自恋和名人》。该研究收集了来自电影和电视明星的直接数据。这篇文章分析了名人的自恋行为如何在现代媒体中被正常化, 以及这对当代青年的影响。

在他的职业生涯中, 杨先生深入研究了电影行业的组织和集中。他特别探讨了预测重要电影票房成功的模型。此外, 他在基于活动的会计和控制系统设计方面做出了贡献。

在学术界, 他被选为南加州大学马歇尔商学院的乔治·博赞尼克和霍尔曼·赫特研究主席。他还在会计、新闻学和传播学相关课程中发表演讲并参与研究项目。



Young, S. Mark 博士

- 南加州大学马歇尔商学院乔治·博赞尼克和霍尔曼·赫特研究主席, 美国洛杉矶
- 南加州大学男子网球队官方历史学家
- 专注于电影行业预测模型的学术研究员
- 《自恋和名人》合著者
- 匹兹堡大学会计学博士
- 俄亥俄州立大学会计硕士
- 奥柏林学院经济学学士
- 成员: 卓越教学中心

“

感谢 TECH, 您将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

管理人员



Velar, Marga 博士

- 在SGN集团 (纽约) 担任企业营销经理
- 前时尚实验室主任
- 维拉努瓦大学中心, ISEM时尚商学院和纳瓦拉大学通信学院的讲师
- 马德里卡洛斯三世大学通信学博士
- 康普鲁坦斯大学Villanueva大学中心的视听通信学位, 并获得通信和时尚管理文凭
- 在ISEM时尚商学院攻读时尚商业管理MBA

教师

Arroyo Villoria, Cristina 女士

- ◆ 在 factoría de industrias creativas担任合伙人和项目与创业主任
- ◆ 战略规划, 业务发展以及沟通和营销战略
- ◆ 巴亚多利德大学的劳动科学学士学位
- ◆ 在圣巴勃罗中欧商学院获得人力资源管理硕士学位
- ◆ 必维商学院的教育技术硕士学位



“

我们的教学团队, 创意商业管理MBA的专家, 将帮助你在专业上获得成功”

04 结构和内容

这个创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭由TECH公司提供, 包含3个完整的教学模块。在这些模块中, 我们首先回顾了新的创意产业的出现及其文化影响, 然后是创意品牌和如何利用品牌的建设和创造, 最后是数字营销的新技术战略, 知道如何在这十年的现代背景下开展良好的传播活动。





“

这一培训的高质量将标志着
你的职业生涯的前前后后”

模块1.新的创意产业

- 1.1. 新的创意产业
 - 1.1.1. 从文化产业到创意产业
 - 1.1.2. 今天的创意产业
 - 1.1.3. 构成创意产业的活动和部门
- 1.2. 今天创意产业的经济分量
 - 1.2.1. 贡献
 - 1.2.2. 增长和变化的动力
 - 1.2.3. 创意产业的就业形势
- 1.3. 创意产业的全球新背景
 - 1.3.1. 世界范围内的创意产业概述
 - 1.3.2. 每个国家的创意产业的资金来源
 - 1.3.3. 案例研究:管理模式和公共政策
- 1.4. 自然和文化遗产
 - 1.4.1. 历史和文化遗产
 - 1.4.2. 博物馆,考古,历史遗址和文化景观的副产品和服务
 - 1.4.3. 非物质文化遗产
- 1.5. 视觉艺术
 - 1.5.1. 视觉艺术
 - 1.5.2. 照片
 - 1.5.3. 工艺品
- 1.6. 表演艺术
 - 1.6.1. 戏剧和舞蹈
 - 1.6.2. 音乐和节庆活动
 - 1.6.3. 集会和马戏团

- 1.7. 视听媒体
 - 1.7.1. 电影,电视和视听内容
 - 1.7.2. 广播,播客和音频内容
 - 1.7.3. 视频游戏
- 1.8. 目前的出版物
 - 1.8.1. 文学,散文和诗歌
 - 1.8.2. 出版商
 - 1.8.3. 新闻
- 1.9. 创意服务
 - 1.9.1. 设计与时尚
 - 1.9.2. 建筑和景观设计
 - 1.9.3. 公众
- 1.10. 创意经济或橙色经济的联系
 - 1.10.1. 级联模型--同心圆
 - 1.10.2. 创意,生产和知识外溢
 - 1.10.3. 为创意经济服务的文化

模块2.创意品牌:创意品牌传播和管理

- 2.1. 品牌和品牌建设
 - 2.1.1. 品牌
 - 2.1.2. 品牌建设的演变
 - 2.1.3. 定位,品牌个性,声名显赫
- 2.2. 品牌建设
 - 2.2.1. 营销组合
 - 2.2.2. 品牌架构
 - 2.2.3. 品牌识别

- 2.3. 品牌表达
 - 2.3.1. 图形识别
 - 2.3.2. 视觉表达
 - 2.3.3. 反映品牌的其他元素
- 2.4. 沟通
 - 2.4.1. 焦点
 - 2.4.2. 品牌接触点
 - 2.4.3. 沟通技巧和工具
- 2.5. 品牌内容
 - 2.5.1. 从品牌到娱乐平台
 - 2.5.2. 品牌内容的崛起
 - 2.5.3. 通过独特的故事与观众建立联系
- 2.6. 视觉故事会
 - 2.6.1. 品牌分析
 - 2.6.2. 创意广告概念
 - 2.6.3. 创意销售
- 2.7. 客户体验讲(CX)
 - 2.7.1. 客户体验讲(CX)
 - 2.7.2. 客户旅程
 - 2.7.3. 品牌一致性和CX
- 2.8. 策略计划
 - 2.8.1. 目标
 - 2.8.2. 确定受众和洞察力
 - 2.8.3. 策略设计

- 2.9. 业绩
 - 2.9.1. 简报
 - 2.9.2. 战术
 - 2.9.3. 生产计划
- 2.10. 评估
 - 2.10.1. 什么评价?
 - 2.10.2. 如何评估?(测量工具)
 - 2.10.3. 报告结果

模块3.新的数字营销策略

- 3.1. 技术和受众
 - 3.1.1. 数字化战略和用户类型之间的差异
 - 3.1.2. 目标受众,排他性因素和代际关系
 - 3.1.3. 理想 消费者档案 (ICP) 和 买方 角色
- 3.2. 用于诊断的数字分析
 - 3.2.1. 在数字战略之前进行分析
 - 3.2.2. 瞬间0
 - 3.2.3. 关键绩效指标和衡量标准,类型学,根据方法学的分类
- 3.3. 电子娱乐: 电子商务 对娱乐业的影响
 - 3.3.1. 电子商务, 类型和平台
 - 3.3.2. 网页设计的重要性。用户体验和用户界面
 - 3.3.3. 优化在线空间:最低要求
- 3.4. 社交媒体和 影响者营销
 - 3.4.1. 网络营销的影响和演变
 - 3.4.2. 劝说,内容和病毒性行动的关键
 - 3.4.3. 规划 社会营销 和 影响者营销活动

- 3.5. 移动营销
 - 3.5.1. 移动用户
 - 3.5.2. 移动网络 和应用程序
 - 3.5.3. 移动营销行动
- 3.6. 在线环境中的广告
 - 3.6.1. 在RRSS的广告和社会广告的目标
 - 3.6.2. 转换漏斗或购买漏斗: 类别
 - 3.6.3. 社会广告平台
- 3.7. 内向型 营销方法
 - 3.7.1. 社会销售, 基本支柱和策略
 - 3.7.2. 数字化战略中的CRM平台
 - 3.7.3. 内向 型营销 或吸引型营销: 行动和SEO
- 3.8. 营销自动化
 - 3.8.1. 电子邮件营销和电子邮件类型学
 - 3.8.2. 电子邮件营销自动化, 应用, 平台和优势
 - 3.8.3. 机器人和聊天机器人 营销的出现: 类型学和平台
- 3.9. 数据管理工具
 - 3.9.1. 数字战略, 类型和应用, 平台和趋势方面的客户关系管理
 - 3.9.2. 大数据: 大数据, 商业分析 和 商业智能
 - 3.9.3. 大数据, 人工智能和 数据科学
- 3.10. 衡量盈利能力
 - 3.10.1. 投资回报率: 投资回报率的定义和投资回报率的对比。ROAS
 - 3.10.2. 优化投资回报率
 - 3.10.3. 关键指标解决方案





“

你将成为你选择的视频
游戏公司的最佳领导人”

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统, 在整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。

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对的问题，这是一种以行动为导向的学习方法。在4年的时间里，你将面对多个真实案例。你必须整合你所有的知识，研究，论证和捍卫你的想法和决定。



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。

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。

2019年，我们取得了世界上所有西班牙语网上大学中最好的学习成果。

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。



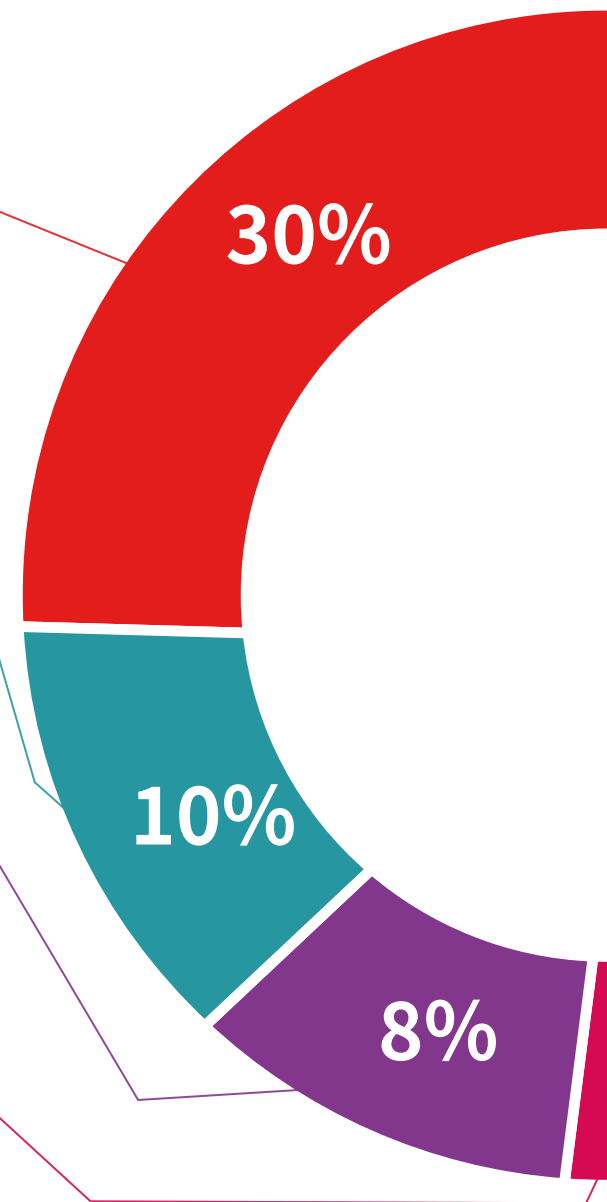
技能和能力的实践

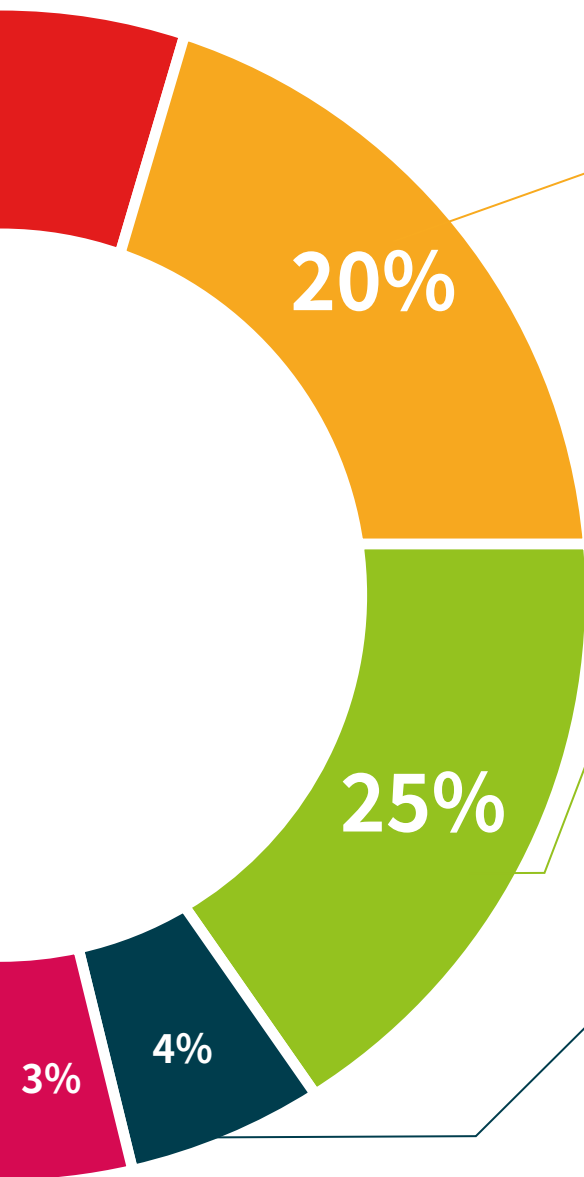
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



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 学位

创意产业中的沟通和品牌建设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。



“

成功地完成这一项目, 并获得你的
文凭, 免去出门或办理文件的麻烦”

这个**创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭**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:**创意产业中的沟通和品牌建设专科文凭**

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
个性化的关注 现在 创新
知识 网页 培 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

专科文凭
创意产业中的沟
通和品牌建设

- » 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

创意产业中的沟通 and 品牌建设