

با مشاوره و برنامه‌ریزی

"دکتر علیرضا صدرمحمدی"، "شهرزاد اسفرجانی"،
"علی رشیدی"، افشین آشتی" و "امراه فرهادی"

عناوین آموزشی

- تاریخچه کوتاه - شناخت و مکاتب تبلیغات
 - اصول و مبانی تبلیغ
 - بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی، استراتژی بازاریاب و بطور کلی Marketing
 - پژوهش تبلیغات
 - شناخت تیم‌ها و دفاتر تبلیغاتی (ساختار، عوامل، عناصر، دست اندرکاران و ...)
 - شناخت اتحادیه‌ها، سازمان‌ها، آژانس‌های اصلی و مادر، آژانس‌های منطقه‌ای
 - زبان و ادبیات تبلیغ
 - نگارش متون تبلیغاتی (Copy Writing)
 - روانشناسی تبلیغ و خلاقیت
 - جامعه‌شناسی تبلیغات
 - مدیریت پروژه و مدیریت تبلیغات
 - استراتژی تبلیغات و کلیات پروژه (Campaign)
 - ابزارشناسی
 - رسانه‌شناسی
 - برنامه‌نویسی تبلیغات
 - برنامه‌ریزی و برنامه‌نویسی رسانه
 - خلاقیت و تولید
 - مدیریت خلاقیت هنری
 - تجزیه و تحلیل و ساخت و پرداخت تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی
- تجزیه و تحلیل و ساخت و پرداخت آگهی‌های مطبوعاتی
 - تجزیه و تحلیل و ساخت و پرداخت آگهی‌های محیطی
 - تبلیغات دیجیتال
 - ترویج فروش، روابط عمومی، Presentation، Promotion، سمینار Direct Approach، POP (Point of purchase) و POP (Point of Sales) و Publicity، POS - Demonstration و ...
 - کنترل پروژه و Traffic Management
 - اندازه‌گیری اثربخشی تبلیغ (Measurment)

و در پایان

کارگاه طراحی، خلق و راهبری یک کمپین جامع تبلیغاتی بعنوان پروژه نهایی دوره (که به صورت تیمی برگزار خواهد شد.)

آغاز دوره: فروردین ماه سال ۱۳۸۷

با توجه به محدود بودن ظرفیت کلاس‌ها لطفاً در صورت تمایل برای حضور در این دوره و رزرو جا با دفتر آموزشگاه تماس بگیرید.

