

Certificat Avancé Communication





Certificat Avancé Communication

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-communication

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 28

07

Profil de nos étudiants

page 36

08

Impact sur votre carrière

page 40

09

Bénéfices pour votre entreprise

page 44

10

Diplôme

page 48

01 Accueil

La communication d'entreprise est devenue l'un des piliers les plus importants de toute société. Toutes les entités veulent être présentes dans les médias, ainsi qu'avoir une meilleure relation avec leurs clients, fournisseurs et employés. Il est donc essentiel qu'ils améliorent leurs canaux de communication pour faire passer leurs messages efficacement. Ce programme TECH vise à fournir aux professionnels du secteur les outils et les stratégies spécifiques qui seront nécessaires pour appliquer les campagnes les plus appropriées à chaque public, en atteignant un niveau de formation qui leur permettra de se hisser parmi les spécialistes les plus recherchés du secteur.



Certificat Avancé en Communication.
TECH Université Technologique



“

Participez au changement et formez-vous aux domaines de la publicité et des relations publiques ainsi qu'à leurs structures et processus organisationnels"

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Microsoft Europe Success Story" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.





“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04

Objectifs

Ce programme vise à former des professionnels dans le domaine de la communication, en leur fournissant les outils qui leur permettront d'acquérir les connaissances nécessaires pour délivrer un message approprié et cohérent. À cette fin, ce Certificat Avancé en Communication englobe tous les aspects liés à ce domaine, afin de répondre pleinement au profil que les entreprises recherchent chez ce type de professionnel. À l'issue du programme, les étudiants seront en mesure de développer une identité d'entreprise qui transmet les valeurs et les objectifs d'une société.





Appliquer les techniques nécessaires à la gestion d'un service de communication au sein des entreprises et des institutions"

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre.**

Le **Certificat Avancé en Communication** permet à l'apprenant de:

01

Être capable de comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu' joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques

02

Avoir la capacité de contextualiser correctement les systèmes multimédia et, en particulier, la structure mondiale de la communication

03

Savoir décrire les principaux courants de recherche en communication sociale, ainsi que leurs différents modèles: comportementaliste, fonctionnel, constructiviste et structuraliste

04

Savoir définir le cadre d'action des grands groupes de médias et leurs processus de concentration
Connaître le

05

service de la communication au sein des entreprises et des institutions



06

Appliquer les techniques nécessaires à la gestion d'un service de communication au sein des entreprises et des institutions

08

Connaître les techniques de recherche de l'image d'entreprise et savoir appliquer les outils de communication pour une gestion efficace de la communication dans les entreprises et les organisations publiques

09

Appliquer les outils d'analyse d'identité et de réputation de l'entreprise

07

Savoir organiser des événements dans les sphères privée et publique, en suivant les directives protocolaires

10

Analyser la nature et le fonctionnement des groupes d'intérêt et de pression dans les démocraties d'aujourd'hui



11

Comprendre l'importance des réseaux sociaux et de *e-mobile* en tant que support et révolution commerciale, et utiliser ces outils pour atteindre des objectifs de publicité et de relations publiques

12

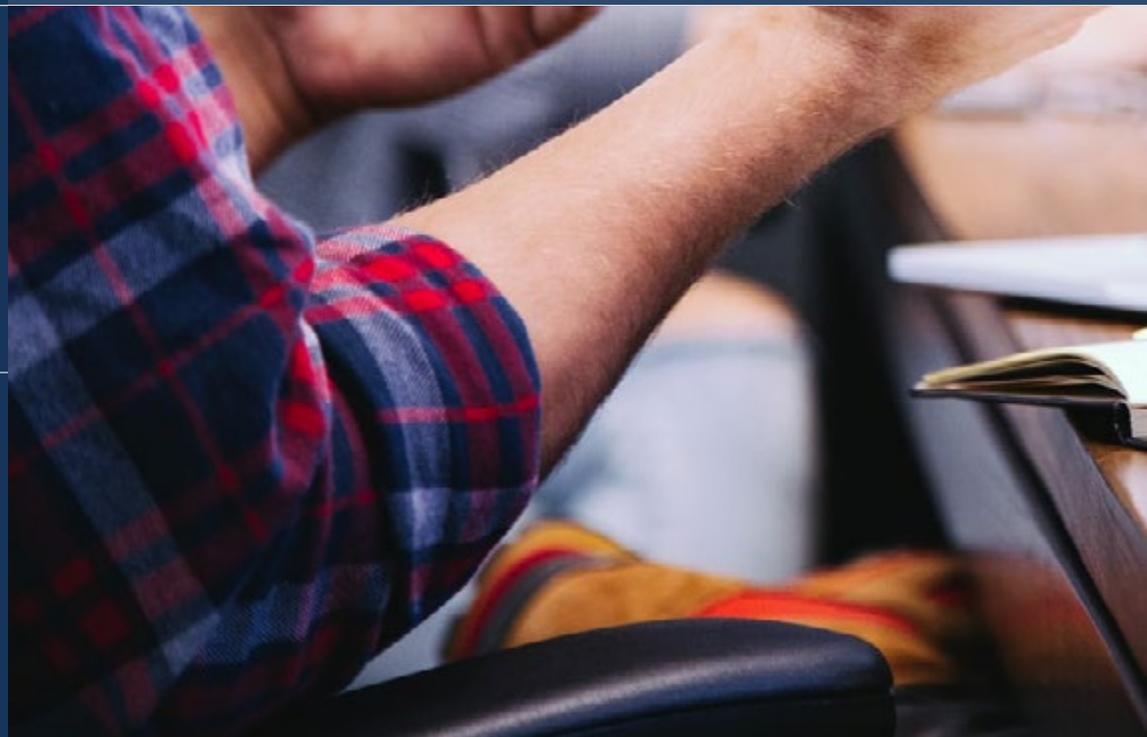
Encourager la créativité et la persuasion à travers différents médias et supports médiatiques

13

Connaître les éléments, formes et processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive

14

Connaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques



15

Connaître les domaines de la publicité et des relations publiques, leurs processus et leurs structures

16

organisationnelles Identifier les profils du publicitaire et du professionnel des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans l'exercice de leur métier

17

Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive

18

Identifier et analyser les processus psychosociaux, cognitifs et émotionnels de la communication publicitaire et des relations publiques



05

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Communication a été conçu pour répondre aux normes élevées que les entreprises et les organisations exigent de leurs employés, ce qui peut se transformer en une augmentation des possibilités pour les étudiants d'accéder à des postes à plus grande responsabilité dans les départements de communication des entreprises de différents secteurs. Le programme peut être complété en 6 mois d'apprentissage d'une manière unique et stimulante, en suivant des exemples pratiques et les conseils d'un personnel enseignant spécialisé.



“

Faites partie du changement avec un programme 100% en ligne qui vous aidera à mieux comprendre la communication d'entreprise"

Programme d'études

La manière dont la communication d'entreprise est devenue un pilier important pour toute entreprise est la raison pour laquelle elle génère la confiance des utilisateurs. Pour cette raison, toutes les entités veulent être présentes dans les médias ou avoir une meilleure communication avec leurs clients, fournisseurs et employés. Bien souvent, cet empressement à communiquer à tout prix ne suit aucune tactique pour atteindre une stratégie définie, mais implique une improvisation que l'entreprise ne peut se permettre.

Par conséquent, il existe un besoin de professionnels capables de gérer et de développer une équipe de communication qui améliorera les résultats et les messages à transmettre. En ce sens, le Certificat Avancé en Communication répond à toutes les demandes et exigences de ce secteur.

Tout au long des 600 heures d'apprentissage, les étudiants analyseront une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels. De cette manière, ils pourront comprendre et assimiler le processus de création d'une image d'entreprise, en accordant une attention particulière à la communication persuasive. L'objectif de ce programme est de proposer des théories et des techniques pour surmonter les préjugés, développer l'imagination et éveiller une attitude permettant de générer des idées originales dans n'importe quelle sphère de communication.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 4 modules:

Module 1.

Structure de la communication

Module 2.

Communication institutionnelle

Module 3.

Créativité dans la communication

Module 4.

Société de publicité et de relations publiques

Où, quand et comment l'enseignement est dispensé ?

TECH offre la possibilité ses étudiants aux de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 6 mois de la formation, pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

Plongez dans l'étude de la cybersécurité et parvenez à prévenir les cyberattaques dans votre entreprise.



Module 1. Structure de la communication

1.1. Théorie, concept et méthode de la structure de communication

- 1.1.1. Introduction
- 1.1.2. Autonomie de la discipline et relations avec les autres matières
- 1.1.3. La méthode structuraliste
- 1.1.4. Définition et objet de la structure de la communication
- 1.1.5. Guide pour l'analyse de la structure de la communication

1.2. ordre international de la communication

- 1.2.1. Introduction
- 1.2.2. Contrôle de l'état: monopoles
- 1.2.3. Commercialisation de la communication
- 1.2.4. Dimension culturelle de la communication

1.3. Principales agences de presse

- 1.3.1. Introduction
- 1.3.2. Qu'est-ce qu'une agence de presse
- 1.3.3. Informations et actualités
- 1.3.4. Avant internet
- 1.3.5. Les agences de presse sont vues grâce à Internet
- 1.3.6. Les grandes agences mondiales

1.4. L'industrie de la publicité et sa relation avec le système des médias

- 1.4.1. Introduction
- 1.4.2. Le secteur de la publicité
- 1.4.3. La nécessité de la publicité pour les médias
- 1.4.4. La structure de l'industrie de la publicité
- 1.4.5. Les médias et leur relation avec l'industrie de la publicité
- 1.4.6. Réglementation et éthique de la publicité

1.5. Le cinéma et le marché de la culture et des loisirs

- 1.5.1. Introduction
- 1.5.2. La nature complexe du cinéma
- 1.5.3. L'origine de l'industrie
- 1.5.4. Hollywood, la capitale mondiale du cinéma

1.6. Le pouvoir politique et les médias

- 1.6.1. Introduction
- 1.6.2. Influence des médias sur la société
- 1.6.3. Médias et pouvoir politique

1.7. Concentration des médias et politiques de communication

- 1.7.1. Introduction
- 1.7.2. Concentration des médias
- 1.7.3. Politiques de communication

1.8. Structure de la communication d'Amérique Latine

- 1.8.1. Introduction
- 1.8.2. Structure de la communication d'Amérique Latine
- 1.8.3. Nouvelles tendances

1.9. Le système médiatique en Amérique latine et la numérisation du journalisme

- 1.9.1. Introduction
- 1.9.2. Approche historique
- 1.9.3. Bipolarité du système médiatique latino-américain
- 1.9.4. Médias hispaniques américains

1.10. La numérisation et l'avenir du journalisme

- 1.10.1. Introduction
- 1.10.2. La numérisation et la nouvelle structure des médias
- 1.10.3. La structure de la communication dans les pays démocratiques

Module 2. Communication institutionnelle**2.1. Le sens de la communication**

- 2.1.1. Introduction
- 2.1.2. Histoire de la communication institutionnelle
- 2.1.3. Principales caractéristiques de la communication d'entreprise
- 2.1.4. Le sens de la communication
- 2.1.5. Guide pour l'analyse de la structure de la communication

2.2. Éthique, culture et valeurs

- 2.2.1. Introduction
- 2.2.2. L'éthique dans la communication institutionnelle
- 2.2.3. La culture dans la communication institutionnelle
- 2.2.4. Les valeurs dans la communication institutionnelle

2.3. Identité et image de marque

- 2.3.1. Introduction
- 2.3.2. Image de marque
- 2.3.3. Identité
- 2.3.4. Erreurs dans l'image de l'entreprise

2.4. Publicité et communication

- 2.4.1. Introduction
- 2.4.2. Le secteur de la publicité
- 2.4.3. L'importance de la communication

2.5. Communication digitale

- 2.5.1. Introduction
- 2.5.2. Le rôle de communication numérique
- 2.5.3. Avantages de la communication numérique

2.6. Gestion des événements

- 2.6.1. Introduction
- 2.6.2. Définition
- 2.6.3. Gestion des événements

2.7. Parrainage et mécénat

- 2.7.1. Introduction
- 2.7.2. Parrainage
- 2.7.3. Mécénat

2.8. Lobbies

- 2.8.1. Introduction
- 2.8.2. Définition
- 2.8.3. Les lobbies dans la communication

2.9. Communication interne

- 2.9.1. Introduction
- 2.9.2. Définition
- 2.9.3. Caractéristiques de la communication interne

2.10. Crise

- 2.10.1. Introduction
- 2.10.2. Crise de la communication institutionnelle
- 2.10.3. Les nouveaux défis de la communication institutionnelle

2.11. Communication financière

- 2.11.1. Introduction
- 2.11.2. Communication financière
- 2.11.3. L'importance de la communication financières

2.12. Protocole d'affaires

- 2.12.1. Introduction
- 2.12.2. Définition
- 2.12.3. Protocole d'affaires



Avoir un programme axé sur la gestion et le développement d'une équipe de communication et se positionner globalement dans un domaine très recherché"

Module 3. Créativité dans la communication

3.1. Créer, c'est penser

- 3.1.1. L'art de penser
- 3.1.2. Pensée créative et créativité
- 3.1.3. La pensée et le cerveau
- 3.1.4. Les axes de recherche sur la créativité: systématisation

3.2. Nature du processus de création

- 3.2.1. Nature de la créativité
- 3.2.2. La notion de créativité: création et créativité
- 3.2.3. La création d'idées au service de la communication persuasive
- 3.2.4. La nature du processus créatif dans la publicité

3.3. Invention

- 3.3.1. Évolution et analyse historique du processus de création
- 3.3.2. Nature du canon classique de l'inventio
- 3.3.3. La vision classique de l'inspiration dans l'origine des idées
- 3.3.4. Invention, inspiration, persuasion

3.4. Rhétorique et communication persuasive

- 3.4.1. Rhétorique et publicité
- 3.4.2. Les parties rhétoriques de la communication persuasive
- 3.4.3. Figures rhétoriques
- 3.4.4. Lois rhétoriques et fonctions rhétoriques du langage publicitaire

3.5. Comportement et personnalité créative

- 3.5.1. La créativité comme caractéristique personnelle, comme produit et comme processus
- 3.5.2. Comportement créatif et motivation
- 3.5.3. Perception et pensée créative
- 3.5.4. Éléments de la créativité

3.6. Compétences et capacités créatives

- 3.6.1. Systèmes de pensée et modèles d'intelligence créative
- 3.6.2. Le modèle tridimensionnel de la structure de l'intellect de Guilford
- 3.6.3. Interaction entre les facteurs et les capacités de l'intellect
- 3.6.4. Compétences créatives
- 3.6.5. Capacités créatives

3.7. Les phases du processus de création

- 3.7.1. La créativité en tant que processus
- 3.7.2. Les phases du processus de création
- 3.7.3. Les phases du processus créatif dans la publicité

3.8. Solution de problèmes

- 3.8.1. La créativité dans la résolution des problèmes
- 3.8.2. Blocs perceptuels et blocages émotionnels
- 3.8.3. Méthodologie de l'invention: programmes et méthodes de création

3.9. Méthodes de pensée créative

- 3.9.1. Le *brainstorming* comme modèle de création d'idées
- 3.9.2. Pensée verticale et pensée latérale
- 3.9.3. Méthodologie de l'invention: programmes et méthodes de création

3.10. Créativité et communication publicitaire

- 3.10.1. Le processus créatif en tant que produit spécifique de la communication publicitaire
- 3.10.2. La nature du processus créatif dans la publicité: la créativité et le processus créatif dans la publicité
- 3.10.3. Principes méthodologiques et effets de la création publicitaire
- 3.10.4. Création publicitaire: du problème à la solution
- 3.10.5. Créativité et communication persuasive

Module 4. Société de publicité et de relations publiques**4.1. Structure des agences de publicité et/ou de relations publiques**

- 4.1.1. Structure
- 4.1.2. Fonctions
- 4.1.3. Sélection de l'agence

4.2. Gestion économique de l'agence

- 4.2.1. Types de forme juridique
- 4.2.2. Modèle d'entreprise
- 4.2.3. Développement et contrôle des projets

4.3. Les relations économiques dans l'entreprise de publicité

- 4.3.1. Relations économiques avec les annonceurs
- 4.3.2. Relations économiques avec les employés et les partenaires
- 4.3.3. Entrepreneur individuel et indépendant

4.4. Le compte d'exploitation de l'agence de publicité

- 4.4.1. Investissements, recettes et chiffre d'affaires
 - 4.4.1.1. Dépenses
 - 4.4.1.2. Personnel
 - 4.4.1.3. Location
 - 4.4.1.4. Amortissement
 - 4.4.1.5. Dépenses non facturables
 - 4.4.1.6. Prospection
 - 4.4.1.7. Retards de paiement
 - 4.4.1.8. Charges financières
- 4.4.2. Résultats
- 4.4.3. Budget annuel

4.5. Lien entre la publicité et les relations publiques

- 4.5.1. Par rapport aux objectifs
- 4.5.2. Par rapport aux objectifs de l'activité
- 4.5.3. Concernant le choix des moyens et des médias

4.6. Systèmes de rémunération

- 4.6.1. Rémunération de l'agence
- 4.6.2. La dimension comptable de l'agence
- 4.6.3. Détermination du budget

4.7. Relations avec les stakeholders externes

- 4.7.1. Relations avec les agences de publicité
- 4.7.2. Relations avec les agences médias
- 4.7.3. Mettre fin aux relations avec les agences de consommateurs

4.8. Stratégies de croissance organisationnelle

- 4.8.1. *Holdings*
- 4.8.2. Chaîne de valeur
- 4.8.3. Les défis de la croissance organisationnelle

4.9. Organigramme interne d'une agence de publicité

- 4.9.1. Modèle de gestion de l'agence
- 4.9.2. Département des comptes
- 4.9.3. Département créatif
- 4.9.4. Département médias
- 4.9.5. Département de la production

4.10. Gestion des équipes

- 4.10.1. Motivation
- 4.10.2. Gestion du changement et leadership
- 4.10.3. Communication interne

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



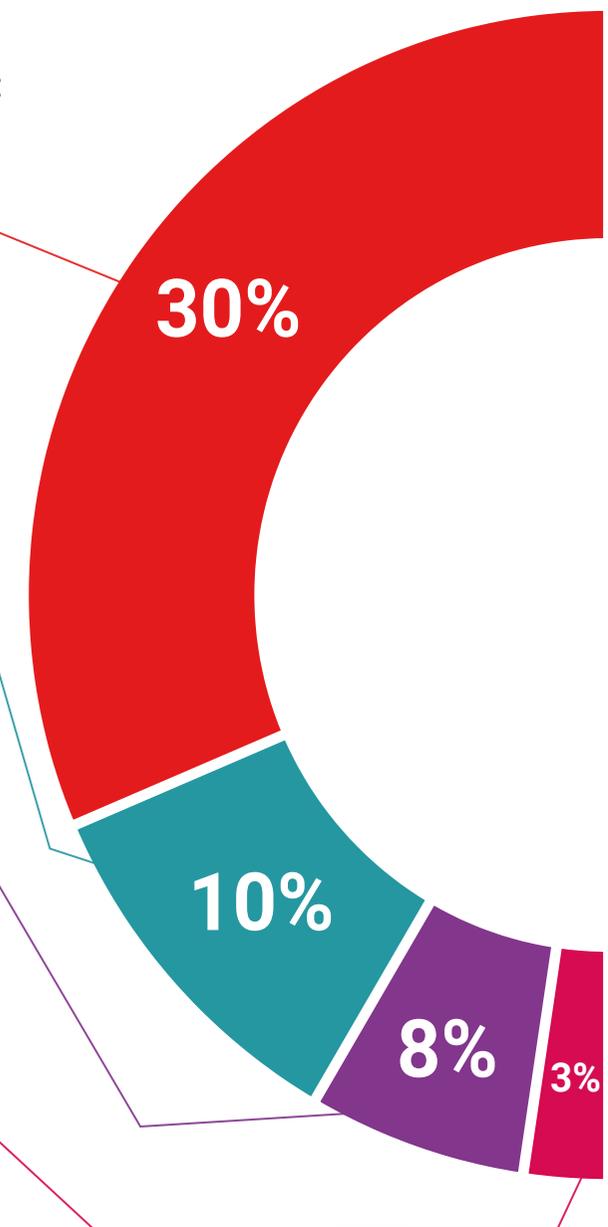
Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Le profil des étudiants de ce programme est celui de professionnels ayant fait des études liées au journalisme, à la communication et aux relations publiques, qui souhaitent se spécialiser dans ce domaine afin d'améliorer leurs compétences en communication et d'être plus efficaces dans leur performance professionnelle. En outre, les professionnels du monde des affaires ayant une expérience préalable dans le domaine de la communication d'entreprise peuvent également participer à ce programme.





“

Connaît les techniques de recherche de l'image de l'entreprise et applique les outils de communication pour la gérer efficacement dans les entreprises et les organisations publiques"

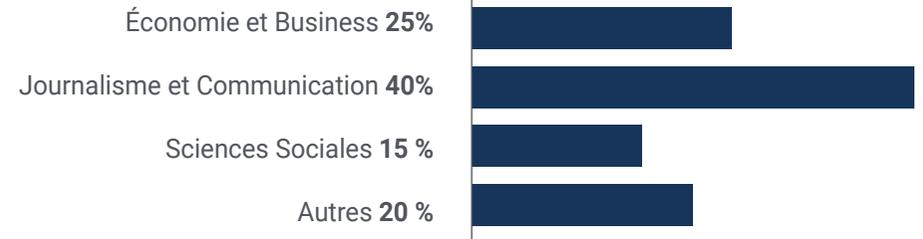
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

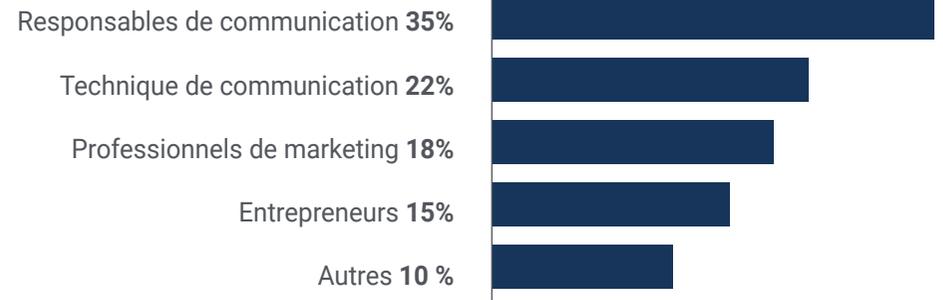
Années d'expérience



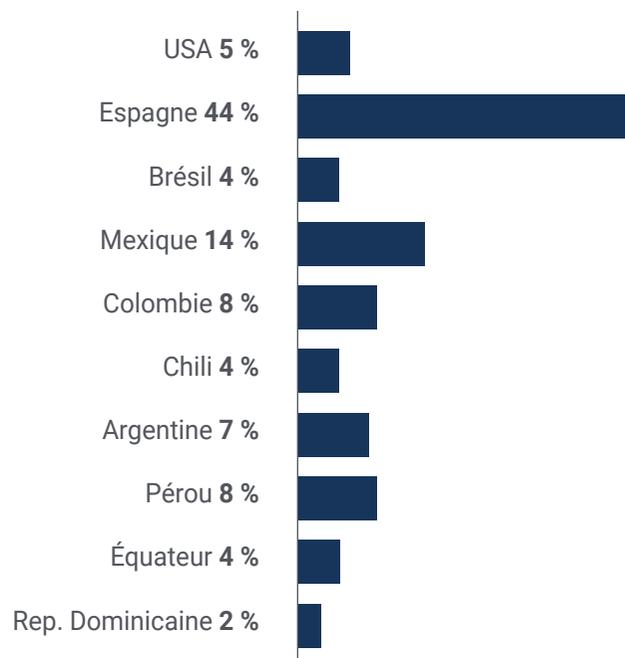
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Ana Luisa Silva

Responsable de la communication dans une entreprise multinationale

"Ce programme m'a appris, de manière simple et efficace, à comprendre l'importance de la communication dans une organisation. J'ai découvert qu'il y a toujours de la place pour la créativité dans ce domaine, j'ai donc amélioré mes projets de travail et j'ai réussi à évoluer vers le poste de responsable de la communication dans mon entreprise"

08

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. Pour cette raison, l'objectif ultime sera toujours de fournir tous les outils nécessaires et une méthodologie innovante pour motiver les étudiants dans chaque classe. Cela vous garantira une insertion professionnelle réussie dans un secteur qui exige qualité et excellence.



“

Vous serez en mesure de générer un changement positif dans votre carrière professionnelle en promouvant votre créativité dans différents médias. Nous vous aiderons à y parvenir”

Réalisez le changement positif dont vous avez besoin pour dynamiser votre carrière et votre profession grâce au Certificat Avancé en Communication.

Prêt à franchir le pas ? Une excellente amélioration professionnelle est en attente

Le Certificat Avancé en Communication de TECH est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine de la communication d'entreprise. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aidant à réussir.

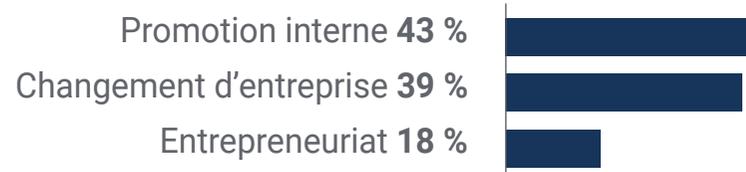
Si vous voulez vous surpasser vous-même, obtenir un changement positif au niveau professionnel et se connecter avec les meilleurs, c'est votre programme.

Une voie vers l'éducation et la croissance professionnelle qui vous propulsera vers une plus grande compétitivité sur le marché du travail.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **25,42%** pour nos stagiaires



09

Bénéfices pour votre entreprise

Le Certificat Avancé en Communication contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel en formation des leaders de haut niveau.

Participer à ce programme est une occasion unique d'accéder à un réseau de contacts puissant où trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

*Organise des événements dans la
sphère privée et publique, en suivant
les directives du protocole”*

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce Certificat Avancé permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



10 Diplôme

Le Certificat Avancé en Communication vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives"

Ce **Certificat Avancé en Communication** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication**

N.º d'Heures Officielles: **600 h.**





Certificat Avancé Communication

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé Communication

