

Executive Mastère

Direction d'Entreprise de Communication

M D E C



Executive Mastère Direction d'Entreprise de Communication

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: cadres ou cadres intermédiaires avec une expérience démontrable dans les domaines de la gestion

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-comerce/master/master-direction-entreprise-communication

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 20

06

Structure et contenu

page 24

07

Méthodologie

page 34

08

Profil de nos étudiants

page 42

09

Direction de la formation

page 46

10

Impact sur votre carrière

page 50

11

Bénéfices pour votre
entreprise

page 54

12

Diplôme

page 58

01

Accueil

Les entreprises de médias ont un grand pouvoir dans la société, car elles sont chargées de transmettre aux citoyens tout ce qui se passe dans le monde. C'est pourquoi ces entreprises ne peuvent être laissées aux mains de partis politiques ou d'entreprises privées qui les obligent à offrir une vision biaisée de la vie. Pour surmonter ces écueils, le directeur d'une entreprise de communication doit avoir une vision actualisée de tout ce qui se passe autour de lui et connaître chaque domaine de son activité dans une perspective globale, ce qui l'aide à prendre les bonnes décisions à tout moment, en obtenant des avantages pour continuer à travailler de manière plurielle et sans idéologie. En ce sens, il est important que vous poursuiviez votre spécialisation dans les aspects qui vous permettent de diriger votre entreprise de la manière la plus fructueuse possible, en transférant à votre entreprise les aspects commerciaux qui vous permettront de continuer à croître et à atteindre vos objectifs.



Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication TECH
Université Technologique



“

Si vous cherchez une spécialisation dans la gestion des entreprises de communication, TECH vous offre le programme le plus complet du marché”

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 est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership du professionnel, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans son développement professionnel dans le domaine de la gestion des entreprises de communication. À l'issue de ce programme, vous serez en mesure de prendre des décisions globales tout en ayant une perspective innovante et une vision internationale.



“

L'un de nos principaux objectifs est de vous aider à développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement une entreprise de communication"

Nous partageons les mêmes objectifs.

Nous travaillons main dans la main pour vous aider à les atteindre.

Le Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication vous permettra de:

01

Définir les dernières en matière de gestion d'entreprise

04

Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes

02

Construire un plan de développement et d'amélioration des compétences personnelles et managériales

03

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable

05

Connaître toutes les techniques pour gérer une entreprise de communication



06

Savoir identifier les publics des médias

08

Savoir comment gérer la réputation de votre entreprise



09

Diriger une grande entreprise de médias avec une vue d'ensemble de ce qui se passe dans votre entreprise et chez vos concurrents

07

Savoir identifier l'environnement de l'entreprise et les publics cibles

10

Développer les compétences de gestion et de direction

11

Pouvoir développer les ressources humaines de l'entreprise

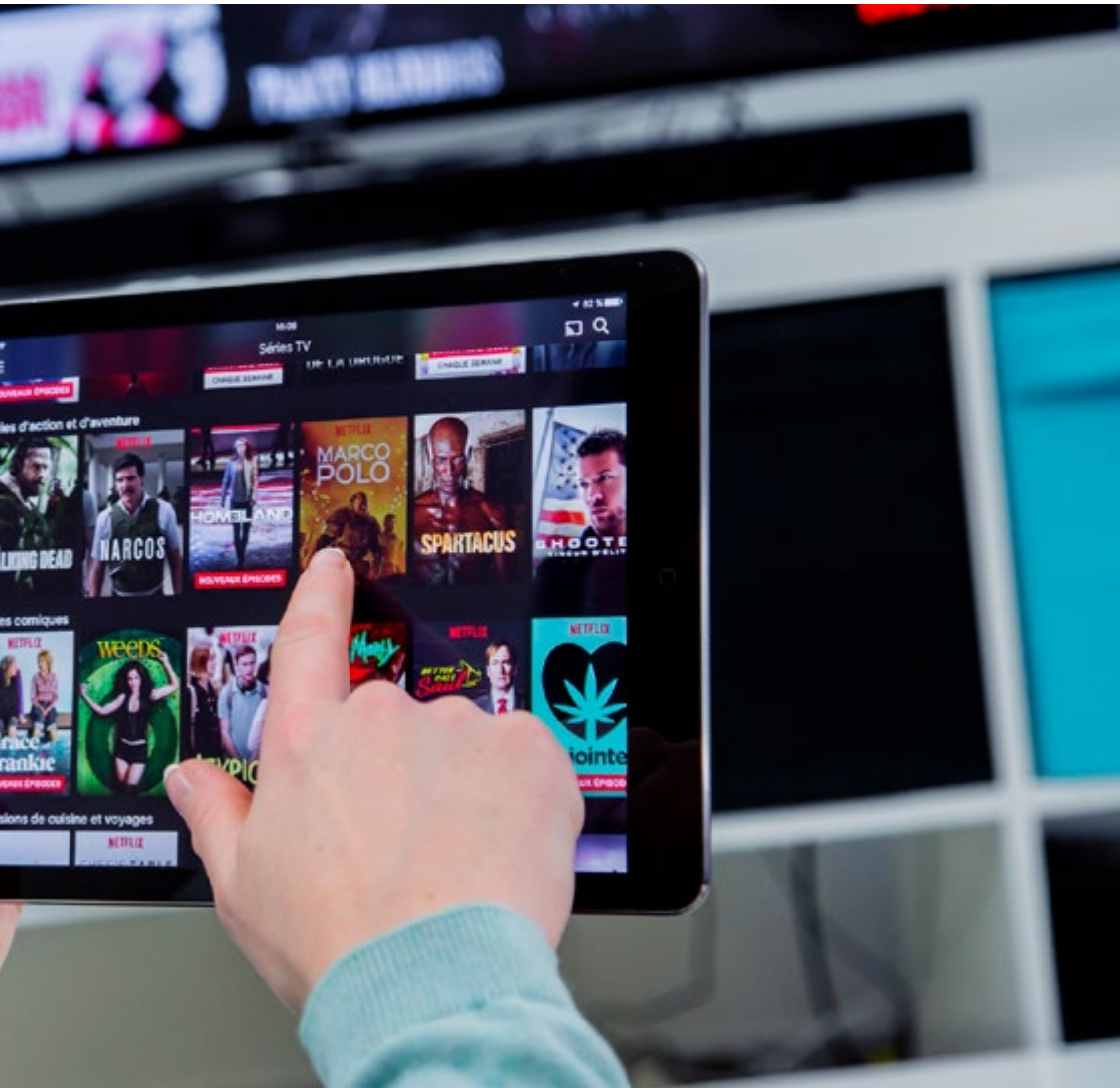
12

Mettre en œuvre un plan stratégique dans l'entreprise

13

Gérer les canaux de distribution





14

Mettre en œuvre des politiques publicitaires adaptées aux objectifs de l'entreprise

15

Concevoir des plans de communication de crise

16

Développer des produits d'information d'un point de vue innovant

05

Compétences

Après avoir passé les évaluations du Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante.

“

Obtenez les compétences spécifiques dans ce domaine qui vous permettront d'améliorer votre pratique quotidienne"

01

Diriger une grande entreprise de médias avec une vue d'ensemble de ce qui se passe dans votre entreprise et chez vos concurrents

02

Appliquez les dernières tendances en matière de gestion d'entreprise dans votre société

03

Développer ses propres compétences personnelles et managériales

04

Prendre des décisions dans un environnement complexe et instable

05

Identifier les audiences de vos médias et de vos concurrents et développer de nouveaux projets pour vous aider à améliorer votre activité



06

Se tenir au courant des différents événements qui se produisent dans le monde et qui présentent un intérêt général pour les citoyens

08

Élaborer un plan de communication approprié, en tenant compte des médias traditionnels et numériques, tels que les médias sociaux

09

Appliquer l'innovation dans les différents domaines de l'entreprise

07

Analyse approfondie de sa propre entreprise et de la concurrence

10

Développer la fonction managériale dans tout type de média de communication



06

Structure et contenu

Le Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication est un programme sur mesure, enseigné dans un format 100 % en ligne, afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts.

Un programme qui se déroule sur 12 mois et qui se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de la réussite en tant que gestionnaire et entrepreneur d'entreprises de communication.



A close-up, low-angle shot of a microphone grille, showing the intricate woven mesh pattern. The microphone is positioned diagonally across the frame, with the top-left corner of the image showing the grille and the bottom-right corner fading into a white background. The background is dark with some blurred red and green lights.

“

Nous vous proposons le programme le plus complet pour développer vos compétences en matière de gestion des entreprises de communication"

Programme d'études

Le Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Le contenu de ce programme est conçu pour favoriser le développement de compétences de direction permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Tout au long des 1.500 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, réalisant un apprentissage contextuel qui vous permettra de comprendre parfaitement les situations possibles auxquelles vous serez confronté dans votre pratique quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication traite en profondeur de différents domaines de l'entreprise et est destiné à spécialiser des managers qui comprennent la gestion des entreprises de communication d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan d'étude élaboré pour vous, axé sur votre perfectionnement professionnel et vous préparant à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des affaires. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de l'entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 12 mois et est divisé en 10 modules:

Module 1.

Management et leadership

Module 2.

Stratégie d'entreprise

Module 3.

Organisation, gestion et politiques commerciales

Module 4.

Gestion des entreprises de communication

Module 5.

Communication stratégique et d'entreprise

Module 6.

Moyens de Communication

Module 7.

Médias sociaux

Module 8.

Gestion des produits d'information

Module 9.

Environnements de marché et de communication

Module 10.

Gestion des marchés et des clients



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

Une expérience éducative unique, clé et décisive pour stimuler votre développement professionnel.

Module 1. Management et leadership

1.1. General Management

- 1.1.1. Concept de General Management
- 1.1.2. L'action du directeur général
- 1.1.3. L'administrateur délégué et ses fonctions
- 1.1.4. Transformation du travail de la direction

1.2. Développement de la gestion et le leadership

- 1.2.1. Concept de développement de la gestion
- 1.2.2. Le concept de leadership
- 1.2.3. Théories du leadership
- 1.2.4. Styles de leadership
- 1.2.5. Leadership Intelligence
- 1.2.6. Les défis du leader d'aujourd'hui

1.3. Négociation

- 1.3.1. Négociation interculturelle
- 1.3.2. Approches de la négociation
- 1.3.3. Techniques de négociation efficaces
- 1.3.4. La restructuration

1.4. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences

- 1.4.1. Analyse du potentiel
- 1.4.2. Politique de rémunération
- 1.4.3. Plans de carrière/succession

1.5. Gestion des talents et engagement

- 1.5.1. Les clés d'un management positif
- 1.5.2. Carte des talents dans l'organisation
- 1.5.3. Coût et valeur ajoutée

1.6. Innovation dans la gestion des talents et des personnes

- 1.6.1. Modèles de prise en charge des talent
- 1.6.2. Identification, Formation et développement des talents
- 1.6.3. Fidélisation et rétention
- 1.6.4. Proactivité et innovation

1.7. Développement des équipes de Haute Performance

- 1.7.1. Facteurs personnels et motivation pour un travail réussi
- 1.7.2. Construire une équipe performante
- 1.7.3. Projets de changement et de développement des personnes et des entreprises
- 1.7.4. Des clés financières pour les RH: Entreprises et personnes

1.8. Motivation

- 1.8.1. La nature de la motivation
- 1.8.2. La théorie de l'espérance
- 1.8.3. Théories des besoins
- 1.8.4. Motivation et compensation économique

1.9. Gestion du changement

- 1.9.1. Le processus de transformation
- 1.9.2. Anticipation et action
- 1.9.3. Apprentissage organisationnel
- 1.9.4. Résistance au changement

1.10. Diagnostic financier

- 1.10.1. Concept de diagnostic financier
- 1.10.2. Les étapes du diagnostic financier
- 1.10.3. Méthodes d'évaluation pour le diagnostic financier

Module 2. Stratégie d'entreprise

2.1. Direction stratégique

- 2.1.1. Le concept de stratégie
- 2.1.2. Le processus de gestion stratégique
- 2.1.3. Approches de la gestion stratégique

2.2. Planification et stratégie

- 2.2.1. Le plan dans une stratégie
- 2.2.2. Positionnement stratégique
- 2.2.3. La stratégie dans l'entreprise
- 2.2.4. Planification

2.3. Mise en œuvre de la stratégie

- 2.3.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
- 2.3.2. Carte stratégique
- 2.3.3. Différenciation et alignement

2.4. Stratégie d'entreprise

- 2.4.1. Concept de stratégie d'entreprise
- 2.4.2. Types de stratégies d'entreprise
- 2.4.3. Outils de définition des stratégies d'entreprise

2.5. Stratégie numérique

- 2.5.1. La stratégie technologique et son impact sur l'innovation numérique
- 2.5.2. Planification stratégique des IT
- 2.5.3. Stratégies et internet

2.6. Stratégie d'entreprise et stratégie technologique

- 2.6.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
- 2.6.2. Les décisions stratégiques en matière de SI/IT
- 2.6.3. Stratégie d'entreprise vs. stratégie technologique et numérique

2.7. Stratégie super compétitive des diplômés

- 2.7.1. Concept de stratégie compétitive
- 2.7.2. Avantage concurrentiel
- 2.7.3. Choisir une stratégie concurrentielle

- 2.7.4. Stratégies selon le modèle de l'horloge stratégique
- 2.7.5. Types de stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel

2.8. Dimensions de la stratégie marketing

- 2.8.1. Stratégies de marketing
- 2.8.2. Types de stratégies de marketing

2.9. Stratégie de vente

- 2.9.1. Méthodes de vente
- 2.9.2. Stratégies de recrutement
- 2.9.3. Stratégies de service

2.10. Social business

- 2.10.1. Vision stratégique du Web 2.0 et ses défis
- 2.10.2. Opportunités de convergence et tendances en matière de TIC

- 2.10.3. Comment rentabiliser le Web 2.0 et les réseaux sociaux?
- 2.10.4. La mobilité et les affaires numériques

Module 3. Organisation, gestion et politiques de l'entreprise
3.1. Structure de l'organisation

- 3.1.1. Principaux mécanismes de coordination
- 3.1.2. Départements et organigrammes
- 3.1.3. Autorité et responsabilité
- 3.1.4. L'Empowerment

3.2. Design organisationnel

- 3.2.1. Concept de design organisationnel
- 3.2.2. Structures organisationnelles
- 3.2.3. Types de conception organisationnelle

3.3. Gestion stratégique des ressources humaines

- 3.3.1. Conception des emplois, recrutement et sélection
- 3.3.2. Formation et développement de carrière

- 3.3.3. Approche stratégique de la gestion du personnel

- 3.3.4. Conception et mise en œuvre de politiques et de pratiques en matière de personnel

3.4. Direction Financière

- 3.4.1. Opportunités et menaces du secteur
- 3.4.2. Le concept de valeur et de chaîne de valeur
- 3.4.3. Analyse de scénarios, prise de décision et planification d'urgence

3.5. Principes fondamentaux de la gestion des entreprises

- 3.5.1. Analyse interne et externe. SWOT
- 3.5.2. Analyse sectorielle et concurrentielle
- 3.5.3. Modèles Canvas

3.6. Gestion des produits

- 3.6.1. Classification des produits
- 3.6.2. Différenciation
- 3.6.3. Le design
- 3.6.4. Luxe
- 3.6.5. Questions environnementales

3.7. Principes des prix

- 3.7.1. Introduction à la tarification
- 3.7.2. Les étapes de la tarification

3.8. Gestion des canaux de distribution

- 3.8.1. Concept et fonctions de la distribution commerciale
- 3.8.2. Conception et gestion des canaux de distribution

3.9. Communication publicitaire

- 3.9.1. Communication marketing intégrée
- 3.9.2. Plan de communication publicitaire
- 3.9.3. Le *Merchandising* comme technique de communication

3.10. e-commerce

- 3.10.1. Introduction au commerce électronique
- 3.10.2. Différences entre le commerce traditionnel et le commerce électronique
- 3.10.3. Plates-formes technologiques pour le commerce électronique

Module 4. Direction d'Entreprise de Communication
4.1. L'Industrie de la communication

- 4.1.1. Médiamorbose
- 4.1.2. Transformation numérique
- 4.1.3. Cybermédia

4.2. Structure juridique et économique des entreprises de médias

- 4.2.1. Entreprise individuelle
- 4.2.2. Sociétés commerciales
- 4.2.3. Les conglomérats de médias

4.3. Structure, gestion et défis de gestion

- 4.3.1. Structure départementale des directions de la communication
- 4.3.2. Tendances actuelles des modèles de gestion
- 4.3.3. Intégration des immobilisations incorporelles
- 4.3.4. Les défis du département de la communication

4.4. Analyse stratégique et facteurs concurrentiels

- 4.4.1. Analyse de l'environnement concurrentiel
- 4.4.2. Déterminants de la compétitivité

4.5. Éthique des affaires

- 4.5.1. Le comportement éthique dans les affaires
- 4.5.2. Éthique et codes éthiques
- 4.5.3. Fraude et conflits d'intérêts

4.6. L'importance du marketing dans les entreprises de communication

- 4.6.1. Stratégies de marketing dans les médias traditionnels
- 4.6.2. Impact des médias sociaux sur l'agenda médiatique

4.7. Réflexion stratégique et système

- 4.7.1. L'entreprise en tant que système
- 4.7.2. La réflexion stratégique découle de la culture d'entreprise
- 4.7.3. La réflexion stratégique découlant de la gestion des personnes

4.8. Branding

- 4.8.1. La marque et ses fonctions
- 4.8.2. L'Image de Marque (*Branding*)
- 4.8.3. Architecture de la marque

4.9. Formulation de la stratégie créative

- 4.9.1. Explorer les alternatives stratégiques
- 4.9.2. *Contrabriefing* ou *Briefing* créatif
- 4.9.3. *Branding* et *Positioning*

4.10. Conception du manuel de crise/ plan de communication de crise

- 4.10.1. Prévenir la crise
- 4.10.2. Gérer la communication de crise
- 4.10.3. Se remettre d'une crise

Module 5. Communication stratégique et d'entreprise

5.1. La communication dans les organisations

- 5.1.1. Organisations, personnes et société
- 5.1.2. Évolution historique du comportement organisationnel
- 5.1.3. Communication à double sens

5.2. Tendances de la communication d'entreprise

- 5.2.1. Génération et distribution de contenu d'entreprise
- 5.2.2. La communication d'entreprise sur le Web 2.0
- 5.2.3. Mise en œuvre de métriques dans le processus de communication

5.3. Plan de communication intégral

- 5.3.1. Audit et diagnostic
- 5.3.2. Élaboration du plan de communication
- 5.3.3. Mesure des résultats: KPI et ROI

5.4. Communication interne

- 5.4.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
- 5.4.2. Instruments et supports de communication interne
- 5.4.3. Le plan de communication interne

5.5. Communication externe

- 5.5.1. Actions de communication externe
- 5.5.2. La nécessité de disposer de bureaux de communication

5.6. Gestion de la réputation

- 5.6.1. Gestion de la réputation des entreprises
- 5.6.2. L'approche de la réputation de la marque
- 5.6.3. Gestion de la réputation des dirigeants

5.7. Communication et réputation digitale

- 5.7.1. Rapport sur la réputation en ligne
- 5.7.2. Netiquette et bonnes pratiques dans les réseaux sociaux
- 5.7.3. *Branding et networking 2.0*

5.8. La communication dans les situations de crise

- 5.8.1. Définition et types de crise
- 5.8.2. Phases de la crise
- 5.8.3. Messages: Contenus et moments

5.9. Lobbies et groupes de pression

- 5.9.1. Groupes d'opinion et leurs activités dans les entreprises et les institutions
- 5.9.2. Relations institutionnelles et *lobbying*
- 5.9.3. Domaines d'intervention, instruments réglementaires, stratégie et médias

5.10. Stratégie de la marque d'entreprise

- 5.10.1. Image publique et *Stakeholders*
- 5.10.2. Stratégie et gestion de l'image de *marque* des entreprises
- 5.10.3. Stratégie de Communication d'Entreprise alignée sur l'identité de la marque

Module 6. Moyens de communication

6.1. Introduction aux techniques de communication

- 6.1.1. Qu'est-ce que les médias?
- 6.1.2. Caractéristiques des médias
- 6.1.3. Utilité des médias

6.2. Presse

- 6.2.1. Introduction et bref historique du média
- 6.2.2. Principales caractéristiques
- 6.2.3. Du papier au numérique

6.3. Radio

- 6.3.1. Introduction et bref historique du média
- 6.3.2. Principales caractéristiques

6.4. Télévision

- 6.4.1. Introduction et bref historique du média
- 6.4.2. La télévision traditionnelle
- 6.4.3. Nouvelles formes de consommation de la télévision

6.5. Les réseaux sociaux comme moyen de communication

- 6.5.1. Le réseau comme nouvel environnement de communication
- 6.5.2. Les possibilités de communication des réseaux sociaux

6.6. Nouvelles plateformes et nouveaux dispositifs

- 6.6.1. Un environnement multi-écrans
- 6.6.2. Deuxième écran de télévision
- 6.6.3. Le consommateur *Multitasker*

6.7. Glocalisation

- 6.7.1. Médias locaux
- 6.7.2. Le journalisme de proximité

6.8. Effets des médias

- 6.8.1. Efficacité du marketing et de la publicité
- 6.8.2. Théories des effets des médias
- 6.8.3. Modèles sociaux et de co-création

6.9. Convergence des médias

- 6.9.1. Un nouvel écosystème médiatique
- 6.9.2. Culture de convergence

6.10. Contenu généré par les utilisateurs

- 6.10.1. Du consommateur au prosummateur
- 6.10.2. Culture participative
- 6.10.3. L'intelligence collective

Module 7. Social media**7.1. Web 2.0**

- 7.1.1. L'organisation à l'ère de la conversation
- 7.1.2. Le Web 2.0, c'est les gens
- 7.1.3. Nouveaux environnements, nouveau contenu

7.2. Stratégie de médias sociaux

- 7.2.1. Le plan de communication d'entreprise 2.0
- 7.2.2. Relations publiques d'entreprise et social media
- 7.2.3. Analyse et évaluation des résultats

7.3. Social media plan

- 7.3.1. Design d'un plan de médias sociaux
- 7.3.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
- 7.3.3. Protocole d'urgence en cas de crise

7.4. Approche du positionnement du réseau: SEO et SEM

- 7.4.1. Introduction au référencement et au SEM
- 7.4.2. Fonctionnement des moteurs de recherche
- 7.4.3. Comportement des utilisateurs

7.5. Plateformes généralistes, professionnelles et *microblogging*

- 7.5.1. Facebook
- 7.5.2. LinkedIn
- 7.5.3. Twitter

7.6. Plateformes vidéo, image et mobilité

- 7.6.1. YouTube
- 7.6.2. Instagram
- 7.6.3. Flickr
- 7.6.4. Vimeo
- 7.6.5. Pinterest

7.7. Blogging corporative

- 7.7.1. Comment créer un blog?
- 7.7.2. Stratégie de marketing de contenu
- 7.7.3. Comment créer un plan de contenu pour votre blog?
- 7.7.4. Stratégie de curation de contenus

7.8. Plan de marketing en ligne

- 7.8.1. Investigation en ligne
- 7.8.2. Création du plan de marketing online
- 7.8.3. Configuration et activation
- 7.8.4. Lancement et gestion

7.9. *Community management*

- 7.9.1. Rôles, tâches et responsabilités du *Community manager*
- 7.9.2. *Social Media Manager*
- 7.9.3. *Social Media Strategist*

7.10. Web analytics y social media

- 7.10.1. Établissement d'objectifs et KPIs
- 7.10.2. Le ROI dans le marketing numérique
- 7.10.3. Visualisation et interprétation des *dashboards*

Module 8. Gestion du produit d'information**8.1. Définition du produit d'information**

- 8.1.1. Concept
- 8.1.2. Caractéristiques
- 8.1.3. Types

8.2. Processus de développement des produits d'information

- 8.2.1. Les phases de la production de nouvelles
- 8.2.2. Établissement de l'ordre du jour

8.3. Stratégies de lancement de nouveaux produits d'information

- 8.3.1. Des stratégies tangibles
- 8.3.2. Stratégies immatérielles
- 8.3.3. Stratégie de portefeuille de produits

8.4. Étude de la stratégie des concurrents

- 8.4.1. *Analyse comparative*
- 8.4.2. Types de *Benchmarking*
- 8.4.3. Avantages

8.5. Processus d'innovation du portefeuille de produits d'information

- 8.5.1. Récits transmédiés
- 8.5.2. Le phénomène des fans

8.6. Innovation dans le positionnement stratégique

- 8.6.1. Gamification
- 8.6.2. Nouveaux mondes narratifs

8.7. Documentation journalistique

- 8.7.1. Guides essentiels de la documentation journalistique culturelle
- 8.7.2. Documentation historique
- 8.7.3. Documentation actuelle
- 8.7.4. L'actualité qui fait rage

8.8. Conception et planification d'un plan de réputation en ligne

- 8.8.1. Plan de réputation de la marque. Métriques générales, ROI et CRM social
- 8.8.2. Crise en ligne et SEO de réputation

8.9. L'importance de la communication dans les organisations d'aujourd'hui

- 8.9.1. Mécanismes et systèmes de communication avec les médias
- 8.9.2. Erreurs dans la communication organisationnelle

8.10. Inbound Marketing

- 8.10.1. Inbound marketing efficace
- 8.10.2. Bénéfices du inbound marketing
- 8.10.3. Mesurer le succès du inbound marketing

Module 9. Environnements de marché et de communication

<p>9.1. Macro-environnement de l'entreprise</p> <p>9.1.1. Concept de macro-environnement 9.1.2. Variables du macro-environnement</p>	<p>9.2. Micro-environnement de l'entreprise</p> <p>9.2.1. Approche du concept de micro-environnement 9.2.2. Acteurs du micro-environnement</p>	<p>9.3. Nouvel environnement concurrentiel</p> <p>9.3.1. Innovation technologique et impact économique 9.3.2. Société de la connaissance 9.3.3. Le nouveau profil du consommateur</p>	<p>9.4. Connaître le marché et le consommateur</p> <p>9.4.1. Innovation ouverte (<i>Open Innovation</i>) 9.4.2. Intelligence concurrentielle 9.4.3. Économie compétitive</p>
<p>9.5. Le marché et les publics</p> <p>9.5.1. Profil des utilisateurs de médias 9.5.2. Fragmentation de l'audience</p>	<p>9.6. Développement du plan de Marketing</p> <p>9.6.1. Concept du plan de marketing 9.6.2. Analyse et diagnostic de la situation 9.6.3. Décisions de marketing stratégique 9.6.4. Décisions de marketing opérationnel</p>	<p>9.7. Segmentation du marché</p> <p>9.7.1. Concept de la segmentation du marché 9.7.2. Utilité et exigences de la segmentation 9.7.3. Segmentation des marchés de consommation 9.7.4. Segmentation des marchés industriels</p>	<p>9.7.5. Stratégies de segmentation 9.7.6. Segmentation basée sur les critères du Marketing-Mix</p>
<p>9.8. Positionnement concurrentiel</p> <p>9.8.1. Concept de positionnement sur le marché 9.8.2. Le processus de positionnement</p>	<p>9.9. Segmentation commerciale</p> <p>9.9.1. Analyse des canaux de distribution, des zones de vente et des produits 9.9.2. Préparation des zones commerciales 9.9.3. Mise en œuvre du plan de visite</p>	<p>9.10. Responsabilité sociale des entreprises</p> <p>9.10.1. Engagement social 9.10.2. Organisations durables 9.10.3. L'éthique dans les organisations</p>	

Module 10. Gestion de marché et des clients

<p>10.1. Marketing Management</p> <p>10.1.1. Concept de gestion du marketing 10.1.2. Nouvelles réalités du marketing 10.1.3. Un nouveau marché: les capacités des consommateurs et des entreprises 10.1.4. Orientation marketing holistique 10.1.5. Actualiser les 4 P du marketing 10.1.6. Tâches de la gestion du marketing</p>	<p>10.2. Marketing relationnel</p> <p>10.2.1. Concept de marketing relationnel 10.2.2. Le client comme actif de l'entreprise 10.2.3. La CRM comme outil de marketing relationnel</p>	<p>10.3. Base de données du marketing</p> <p>10.3.1. Applications de bases de données marketing 10.3.2. Sources d'information</p>	<p>10.4. Types de comportement d'achat</p> <p>10.4.1. Le processus de décision d'achat 10.4.2. Les étapes du processus d'achat 10.4.3. Types de comportement d'achat 10.4.4. Caractéristiques des types de comportement d'achat</p>
<p>10.5. Le processus de fidélisation</p> <p>10.5.1. Connaissance exhaustive du client 10.5.2. Processus de fidélisation 10.5.3. Valeur pour le client</p>	<p>10.6. Sélection des clients cibles-CRM</p> <p>10.6.1. Conception d'un e-CRM 10.6.2. Orientation vers le consommateur 10.6.3. Planification 1 à 1</p>	<p>10.7. Gestion de projets de recherche</p> <p>10.7.1. Outils d'analyse de l'information 10.7.2. Élaboration d'un plan de gestion des attentes 10.7.3. Évaluation de la faisabilité du projet</p>	<p>10.8. Investigation du marché en ligne</p> <p>10.8.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne 10.8.2. Outils dynamiques d'étude qualitative de la clientèle</p>
<p>10.9. Étude des publics traditionnels</p> <p>10.9.1. Origine de la mesure d'audience. Concepts de base 10.9.2. Comment mesurer les audiences traditionnelles? 10.9.3. EGM et Kantar Media</p>	<p>10.10. Études d'audience sur Internet</p> <p>10.10.1. L'audience sociale 10.10.2. Mesurer l'impact social: Tuitele 10.10.3. Barlovento et IAB Espagne</p>		



07

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.



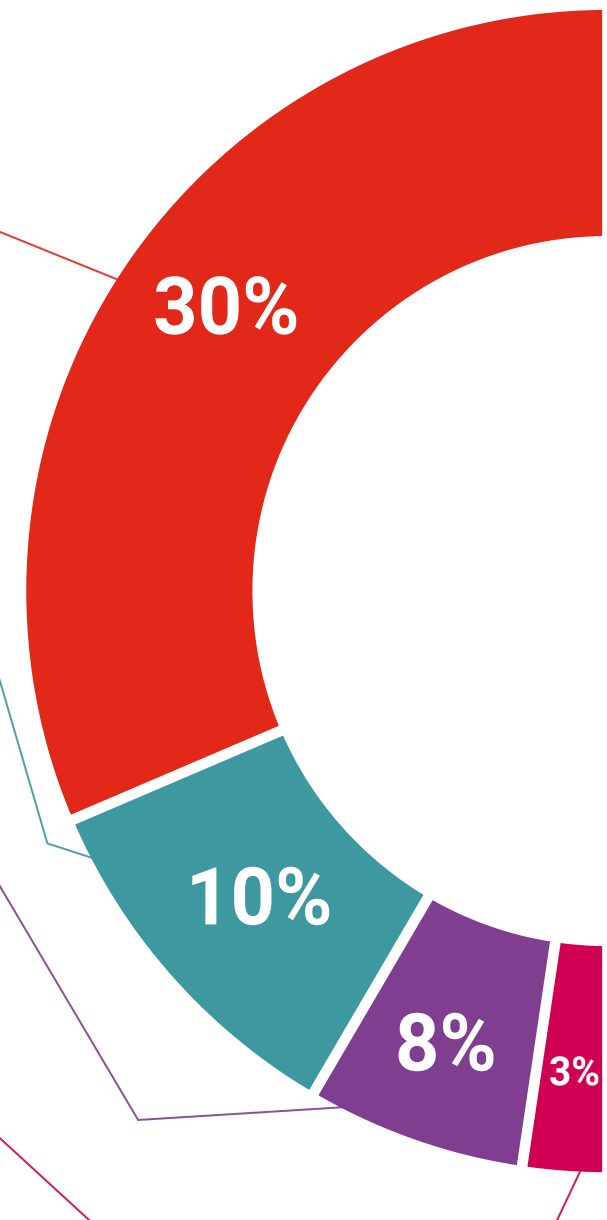
Stages en compétences de gestion

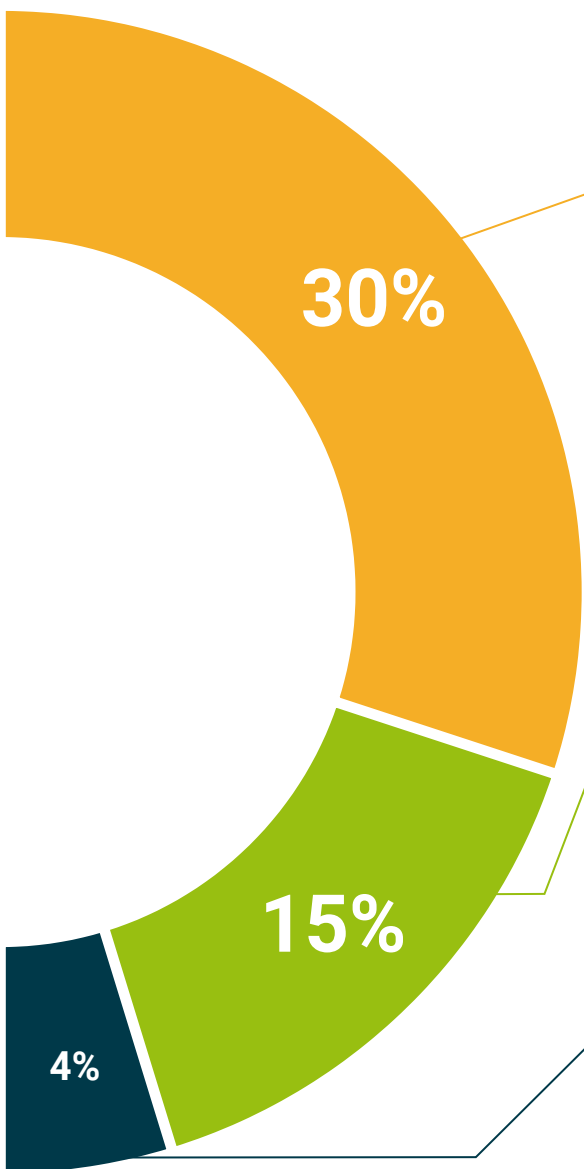
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



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.



08

Profil de nos étudiants

Ce Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication est un programme destiné aux personnes avec des études universitaires, qui souhaitent transformer leur carrière et l'orienter vers la gestion d'entreprise. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





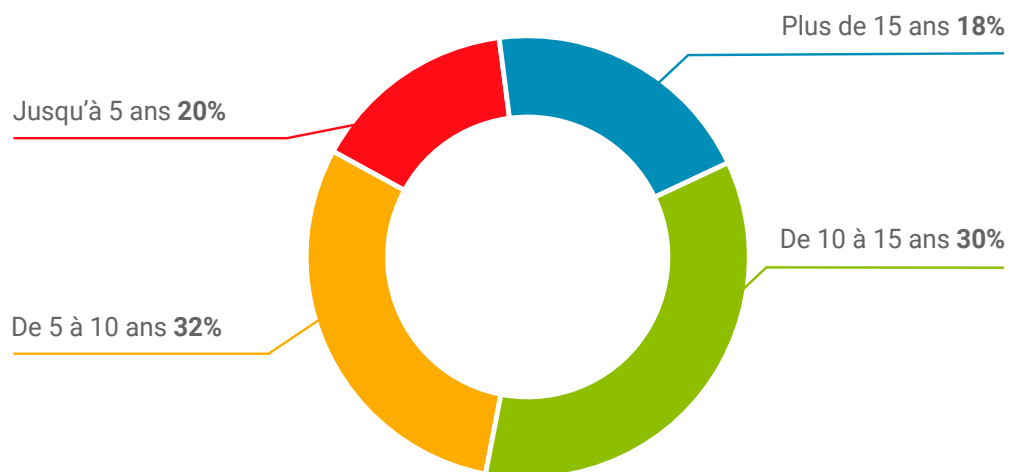
“

Si vous recherchez une évolution de carrière professionnelle continuant à travailler, ce programme est fait pour vous”

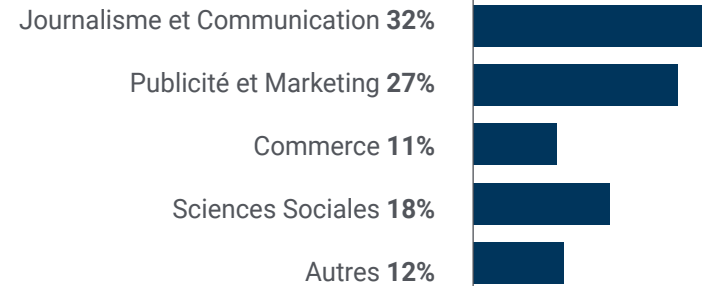
Moyenne d'âge

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

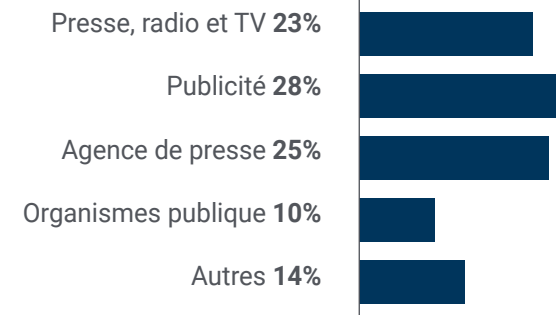
Années d'expérience



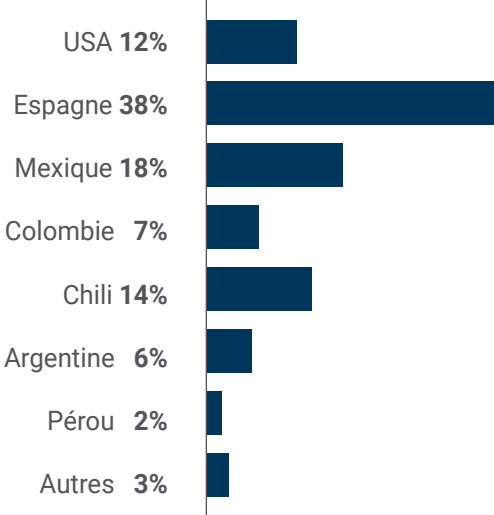
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Jaime Prieto

Directeur d'une société de communication

"L'obtention de ce Executive Mastère m'a permis d'obtenir une qualification supérieure grâce à laquelle j'ai pu évoluer dans le domaine de la communication au point de devenir le directeur de l'entreprise où je travaille depuis plus de 10 ans. Sans aucun doute, cela a été l'impulsion nécessaire pour obtenir un meilleur emploi"

09

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Executive Mastère de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.





“

*Nous disposons du meilleur corps
enseignant pour vous aider à atteindre
votre réussite professionnelle”*

Direction



Mme Iñesta Fernández, Noelia

- Journaliste et Responsable des Médias Sociaux
- Responsable de la Communication (G. Greterika Imp-Exp)
- Responsable de la Communication et du Marketing (A. Corporate)
- Community Manager dans les PME sur le canal Horeca
- Rédacteur en Chef des Médias Locaux
- Doctorat en Recherche sur les Médias
- Master en Gestion des Médias Sociaux
- Diplôme de Journalisme
- Technicien Supérieur en Production Audiovisuelle



10

Impact sur votre carrière

TECH est conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle. C'est pourquoi nous mettons tous nos efforts et nos outils à état de préparation du professionnel de pour que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réaliser ce changement.





“

*Notre programme sera un élément clé
de votre CV pour vous aider à faire le
changement de carrière que vous souhaitez”*

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le Executive Mastère de TECH Université Technologique est un programme intense qui vous prépare à faire face aux défis et aux décisions des entreprises au niveau national et international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

Si vous souhaitez améliorer vos compétences, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, vous êtes au bon endroit.

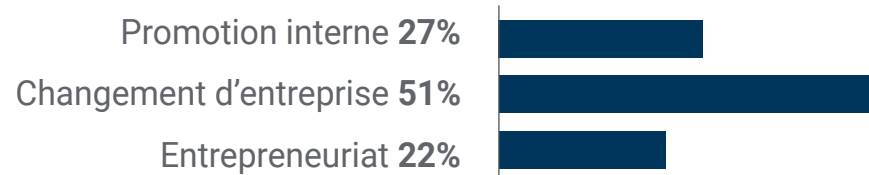
Améliorez vos compétences et, avec elles, vos chances d'obtenir un meilleur emploi dans le domaine de la gestion de la communication.

Une occasion unique d'obtenir l'amélioration du travail que vous souhaitez.

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 25,22% pour nos stagiaires



11

Bénéfices pour votre entreprise

Le Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication contribue à élever le talent de l'organisation à son potentiel maximal par la spécialisation de leaders de haut niveau

Participer à ce Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

Vous serez en mesure d'apporter à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles de provoquer des changements pertinents dans l'organisation"

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

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives qui peuvent 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 manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi 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.

A close-up, low-angle shot of a paper mill's machinery. The image shows a complex arrangement of metal rollers, gears, and structural beams. A large sheet of paper is being processed, moving from the top right towards the bottom left. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, emphasizing the industrial nature of the scene. The background is blurred, focusing attention on the mechanical details in the foreground.

05

Développement de projets propres

Vous pourrez travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou du développement commercial de votre entreprise.

06

Augmentation de la compétitivité

Ce programme permettra à nos étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire progresser l'organisation.

12 Diplôme

Le Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

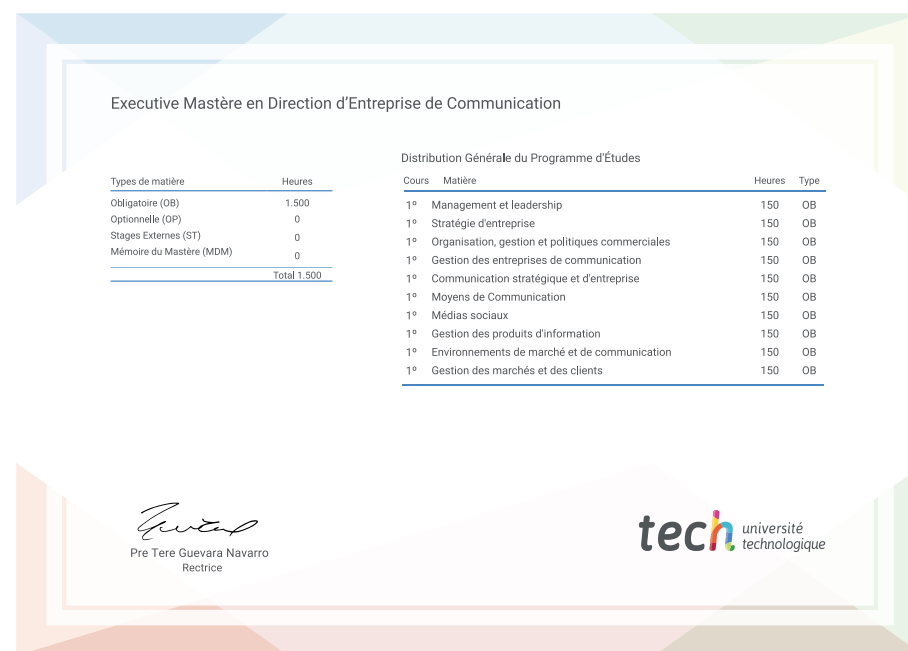
Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Executive Mastère sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Cet **Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication** contient le programme le plus complet et le plus actuel du marché.

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

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

Diplôme: **Executive Mastère en Direction d'Entreprise de Communication**
N.º d'heures officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Executive Mastère Direction d'Entreprise de Communication

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Executive Mastère

Direction d'Entreprise de Communication