

Certificat Avancé

Communication et Gestion des
Relations Commerciales grâce
à l'Intelligence Artificielle



Certificat Avancé Communication et Gestion des Relations Commerciales grâce à l'Intelligence Artificielle

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 6 mois
- » Diplôme : TECH Université Technologique
- » Temps estimé : 16 heures/semaine
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/intelligence-artificielle/diplome-universite/diplome-universite-communication-gestion-relations-commerciales-intelligence-artificielle

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 16

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

L'Automatisation du Marketing avec l'Intelligence Artificielle (IA) est un aspect fondamental pour les entreprises du secteur de la communication, et ce pour plusieurs raisons. Parmi elles, elle leur permet de gérer des tâches répétitives telles que l'envoi d'e-mails de suivi, la programmation de posts sur les médias sociaux ou l'évaluation des résultats. Les professionnels disposent ainsi de plus de temps pour se concentrer sur les tâches stratégiques. Par ailleurs, les outils exclusifs de TECH permettent d'ajuster automatiquement les stratégies publicitaires en temps réel, ce qui maximise le retour sur investissement (y compris l'optimisation des enchères, des budgets et du ciblage des annonces). C'est pour cette raison que TECH lance une formation en ligne sur l'Optimisation des processus grâce à l'IA.



“

*Personnaliser l'Offre commerciale
grâce à 150 heures du meilleur
enseignement numérique”*

Dans un contexte commercial marqué par la compétitivité, les institutions cherchent à analyser les conversations et les tendances pour connaître les consommateurs en détail. Pour cette raison, les systèmes d'Apprentissage Automatique ont gagné une importance particulière. En effet, ils permettent de surveiller les marques, de suivre les mentions des entreprises sur les réseaux sociaux et d'évaluer la perception qu'a le public de leurs produits ou de leurs services. Ainsi, les spécialistes peuvent développer des stratégies globales pour maintenir une image positive des organisations et traiter les problèmes qui surviennent en temps opportun.

Face à cette réalité, TECH développe un programme pionnier qui se penchera sur l'analyse des données de communication pour la prise de décision stratégique. Le programme d'études fournira aux étudiants les systèmes les plus modernes d'identification et d'évaluation des émotions des utilisateurs. En outre, le programme mettra l'accent sur l'utilisation du Big Data pour analyser les communications. Dans cette optique, le contenu didactique abordera la résolution automatique des problèmes à l'aide d'outils tels que les chatbots. Le programme encouragera également les diplômés à apporter des améliorations aux expériences numériques des utilisateurs afin de les fidéliser. En outre, la formation se concentrera sur la surveillance automatisée des concurrents et la surveillance prédictive de la concurrence.

La méthodologie pédagogique de *Relearning*, associée à des ressources multimédias, permet aux étudiants d'accéder au matériel pédagogique 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, et de manière flexible. Cette formation est dispensée à 100 % en ligne, ce qui signifie que les étudiants peuvent apprendre à leur propre rythme et selon leur propre emploi du temps. En outre, les principaux conférenciers sont des experts en Intelligence Artificielle dans la Communication et ont une grande expérience de travail et de recherche. Ce Certificat Avancé est une opportunité unique pour les professionnels du Marketing d'améliorer leurs compétences. Avec un format innovant et un contenu actualisé, TECH offre un enseignement rigoureux et de haute qualité.

Ce **Certificat Avancé en Communication et Gestion des Relations Commerciales grâce à l'Intelligence Artificielle** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Intelligence Artificielle en Marketing et Communication
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique de l'ouvrage fournit des informations complètes et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Vous serez en mesure de prévoir les tendances du marché afin de développer des produits innovants qui vous différencieront de la concurrence"



Créez des tableaux de bord interactifs pour visualiser dynamiquement les données et les indicateurs en un seul endroit"

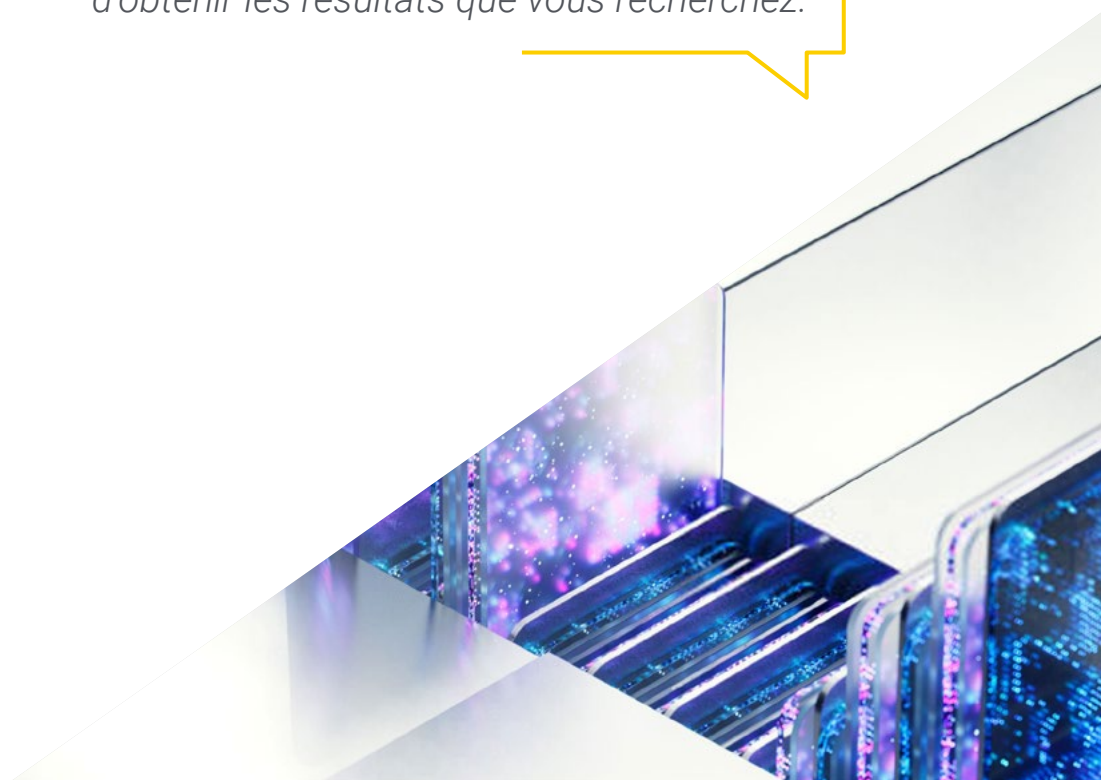
Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du secteur qui apportent à cette formation leur expérience professionnelle dans cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus de sociétés et d'organismes de premier plan de sociétés de référence et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Vous effectuerez les Analyses Prédictives les plus avancées pour vérifier la performance de vos annonces.

Grâce à la méthodologie révolutionnaire Relearning, vous intégrerez toutes les connaissances de manière optimale afin d'obtenir les résultats que vous recherchez.



02 Objectifs

À l'issue de cette formation, les diplômés maîtriseront les technologies émergentes de l'IA pour analyser les données de la Communication et du Marketing. Ils pourront ainsi développer des processus d'automatisation pour optimiser différentes campagnes publicitaires. De plus, ils tireront profit des avis que les clients publient sur les réseaux sociaux pour analyser à la fois leur comportement et leur ressenti. Grâce à cela, les experts pourront prédire les besoins des consommateurs et développer des produits qui répondent à ces facteurs. Pour enrichir l'expérience des utilisateurs, ils mettront en place des Assistants Virtuels pendant le processus de vente afin de répondre de manière proactive à leurs différentes questions.



“

La formation sera proposée sans horaires fixes et avec un syllabus disponible dès le premier jour. Définissez votre propre rythme d'apprentissage!”

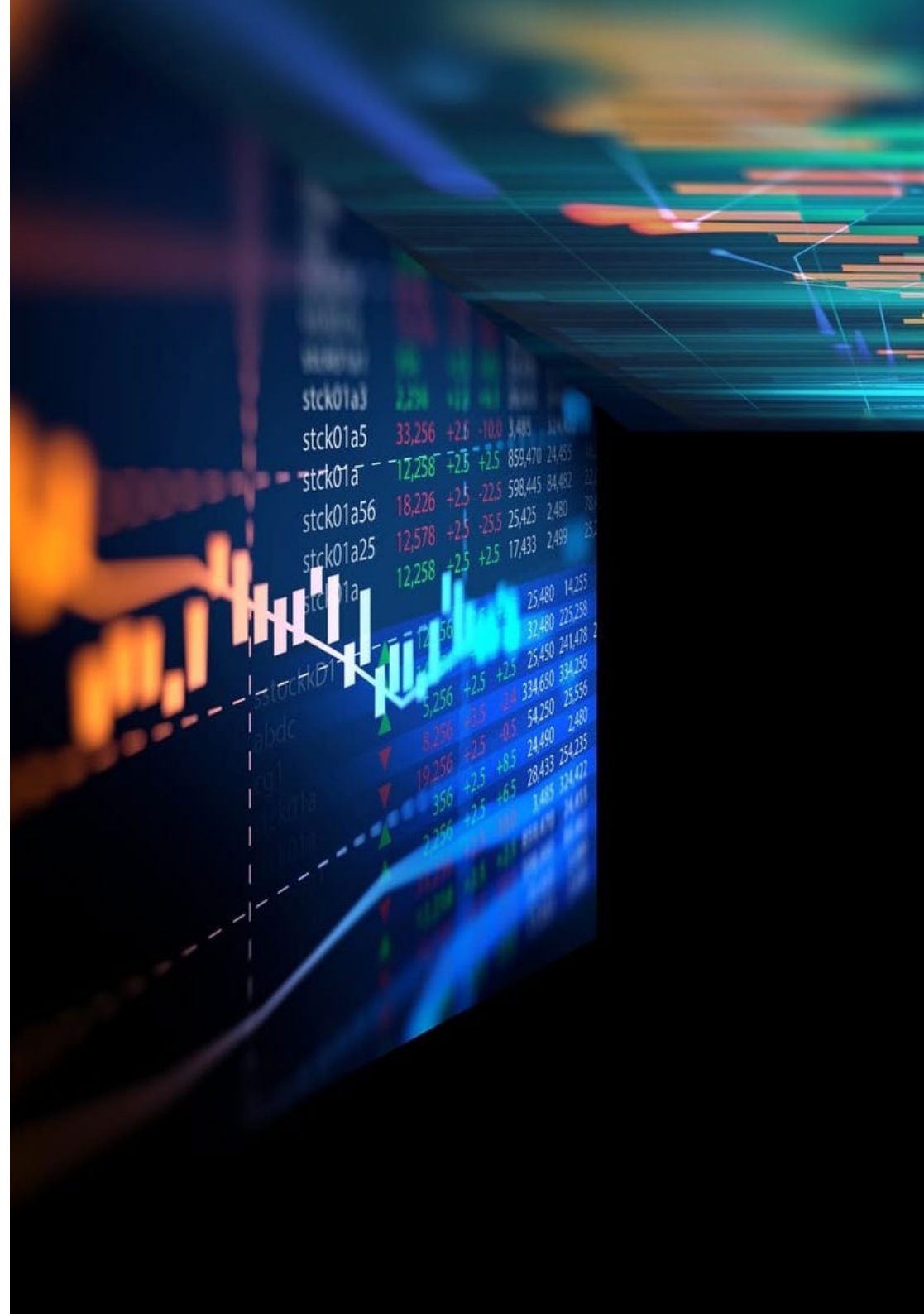


Objectifs généraux

- Comprendre les fondements de la transformation des stratégies de Marketing Numérique par l'IA
- Développer, intégrer et gérer des chatbots et des assistants virtuels pour améliorer l'interaction avec les clients
- Approfondir l'automatisation et l'optimisation de l'achat de publicité en ligne grâce à la publicité programmatique et à l'IA
- Interpréter de grands volumes de données pour la prise de décisions stratégiques dans le domaine du Marketing Numérique
- Appliquer l'IA dans les stratégies d'email marketing pour la personnalisation et l'automatisation des campagnes
- Explorer les tendances émergentes en matière d'IA pour le Marketing Numérique et comprendre leur impact potentiel sur l'industrie



Profitez du contenu académique le plus récent sur la scène éducative, disponible dans des formats multimédias innovants pour optimiser votre étude"





Objectifs spécifiques

Module 1. Automatisation et Optimisation des Processus Marketing grâce à l'IA

- ◆ Développer des processus d'automatisation du Marketing avec l'IA
- ◆ Intégrer les données et les plateformes dans les stratégies de Marketing Automatisé
- ◆ Optimiser les campagnes publicitaires grâce à l'Apprentissage Automatique
- ◆ Analyser le sentiment avec l'IA sur les réseaux sociaux, en tirant parti des *feedback* des clients

Module 2. Analyse des données de communication et de Marketing pour la prise de décision

- ◆ Maîtriser les technologies spécifiques à l'analyse des données de Communication et de Marketing
- ◆ Appliquer l'IA à l'analyse des big data
- ◆ Développer l'Analyse Prédictive pour une prise de décision éclairée
- ◆ Améliorer les stratégies de Marketing grâce à l'IA

Module 3. Ventes et Génération de Leads grâce à l'Intelligence Artificielle

- ◆ Nourrir les procédures à l'aide d'outils permettant de générer des Leads grâce à l'IA
- ◆ Mettre en place des Assistants Virtuels dans les processus de vente
- ◆ Prédire les besoins des consommateurs grâce à l'Apprentissage Automatique
- ◆ Connaître les principales innovations et prédictions dans le domaine de la vente

03

Direction de la formation

Pour la conception et la réalisation de ce programme, TECH a réuni une équipe de professionnels spécialisés dans la Communication et Gestion des Relations Commerciales par l'IA. En plus d'avoir une longue carrière, ces experts restent actifs et proposent à leurs entreprises respectives les solutions numériques les plus innovantes. Soucieux d'atteindre l'excellence dans leurs démarches, ces spécialistes mettent régulièrement à jour leurs connaissances, restant ainsi à la pointe de l'Apprentissage Automatique. Les étudiants auront donc accès à des supports pédagogiques de haut niveau et acquerront de nouvelles compétences pour enrichir leurs différents processus de travail.



“

Vous bénéficierez du soutien d'un corps enseignant composé d'éminents professionnels de l'Intelligence Artificielle en Communication"

Direction



Dr Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO et CTO de Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO chez Korporate Technologies
- ♦ CTO de AI Shephers GmbH
- ♦ Consultant et Conseiller Stratégique auprès d'Alliance Medical
- ♦ Directeur de la Conception et du Développement chez DocPath
- ♦ Docteur en Ingénierie de Informatique de l'Université de Castille - La Manche
- ♦ Doctorat en économie, commerce et finances de l'Université Camilo José Cela
- ♦ Docteur en Psychologie, Université de Castille - la Manche
- ♦ Master en Executive MBA de l'Université Isabel I
- ♦ Master en Business and Marketing Management par l'Université Isabel I
- ♦ Master en Big Data en Formation Hadoop
- ♦ Master en Technologies Avancées de l'Information de l'Université de Castille - la Manche
- ♦ Membre de : Groupe de Recherche SMILE



M. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- ◆ Spécialiste du marketing numérique
- ◆ *Digital Advisor* chez AI Shepherds GmbH
- ◆ *Digital Account Manager* chez Kill Draper
- ◆ *Head of Digital* chez Kuarere
- ◆ *Digital Marketing Manager* chez Arconi Solutions, Deltoid Energy y Brinergy Tech
- ◆ *Founder and National Sales and Marketing Manager*
- ◆ Master en Marketing Numérique (MDM) de The Power Business School
- ◆ Licence en Administration des Affaires (BBA) de l'Université de Buenos Aires

Professeurs

Mme González Risco, Verónica

- ◆ Spécialiste du marketing numérique
- ◆ Consultante *Indépendante* en Marketing Numérique
- ◆ *Marketing Product/Développement des Affaires Internationales* à l'UNIR - L'Université sur Internet
- ◆ *Digital Marketing Specialist* chez Código Kreativo Comunicación SL
- ◆ Master en Gestion d'*Online Marketing* et de Publicité par Indisoft- Upgrade
- ◆ Diplôme en Études Commerciales de l'Université d'Almeria

Mme Parreño Rodríguez, Adelaida

- ◆ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* à l'Université de Murcie
- ◆ *Manager in Research & Innovation in European Projects* à l'Université de Murcie
- ◆ *Technical Developer & Energy/Electrical Engineer & Researcher* in PHOENIX Project et FLEXUM (ONENET) Project
- ◆ Créatrice de contenu dans le cadre du Global UC3M Challenge
- ◆ Prix Ginés Huertas Martínez (2023)
- ◆ Master en Énergies Renouvelables de l'Université Polytechnique de Carthagène
- ◆ Diplôme en Ingénierie Électrique (bilingue) de l'Université Carlos III de Madrid

04

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé se concentrera sur l'Automatisation et Optimisation des Processus Marketing grâce à l'IA. Composé de 3 modules, le cursus abordera à la fois l'intégration des données et les plateformes utilisant des stratégies de l'Apprentissage Automatique. De cette manière, les diplômés seront en mesure d'améliorer leurs campagnes publicitaires, en les personnalisant en fonction des audiences. En outre, le matériel fournira des outils pour l'analyse de grands volumes de données. Le programme mettra également l'accent sur l'application de l'IA dans le domaine de la vente, en utilisant des techniques pour générer des *Leads*. Les diplômés seront capables de faire des prédictions sur les besoins des clients afin de développer des produits qui y répondent.





“

Un programme complet et de pointe qui vous permettra de progresser progressivement et complètement, dans le confort de votre maison"

Module 1. Automatisation et optimisation des processus Marketing grâce à l'IA

- 1.1. Automatisation du Marketing avec l'IA
 - 1.1.1. Segmentation de l'audience basée sur l'IA
 - 1.1.2. Automatisation du *Workflows* ou flux de travail
 - 1.1.3. Optimisation continue des campagnes en ligne
- 1.2. Intégration des données et les plateformes dans les stratégies de Marketing Automatisé
 - 1.2.1. Analyse et unification des données multicanal
 - 1.2.2. Interconnexion entre les différentes plateformes de marketing
 - 1.2.3. Actualisation des données en temps réel
- 1.3. Optimisation des Campagnes Publicitaires grâce à l'IA
 - 1.3.1. Analyse prédictive des performances publicitaires
 - 1.3.2. Personnalisation automatique des annonces en fonction du public cible
 - 1.3.3. Ajustement automatique du budget en fonction des résultats
- 1.4. Personnalisation de l'audience grâce à l'IA
 - 1.4.1. Segmentation et Personnalisation du contenu
 - 1.4.2. Recommandations de contenu personnalisées
 - 1.4.3. Identification automatique d'audiences ou de groupes homogènes
- 1.5. Automatisation des réponses aux clients grâce à l'IA
 - 1.5.1. *Chatbots* et apprentissage automatique
 - 1.5.2. Génération automatique de réponses
 - 1.5.3. Résolution automatique de problèmes
- 1.6. L'IA dans l'Email Marketing pour l'automatisation et la personnalisation
 - 1.6.1. Automatisation des séquences d'e-mails
 - 1.6.2. Personnalisation dynamique du contenu en fonction des préférences
 - 1.6.3. Segmentation intelligente des listes de diffusion
- 1.7. Analyse du sentiment par l'IA dans les réseaux sociaux et le *feedback* des clients
 - 1.7.1. Contrôle automatique du sentiment dans les commentaires
 - 1.7.2. Réponses personnalisées aux émotions
 - 1.7.3. Analyse prédictive de la réputation
- 1.8. Optimisation des prix et des promotions grâce à l'IA
 - 1.8.1. Ajustement automatique des prix sur la base d'analyses prédictives
 - 1.8.2. Génération automatique d'offres adaptées au comportement de l'utilisateur
 - 1.8.3. Analyse de la concurrence et des prix en temps réel



- 1.9. Intégration de l'IA dans les outils Marketing existants
 - 1.9.1. Intégration des capacités de l'IA dans les plateformes de Marketing existantes
 - 1.9.2. Optimisation des fonctionnalités existantes
 - 1.9.3. Intégration aux systèmes CRM
- 1.10. Tendances et avenir de l'automatisation avec l'IA dans le Marketing
 - 1.10.1. L'IA pour améliorer l'Expérience Utilisateur
 - 1.10.2. Approche prédictive des décisions Marketing
 - 1.10.3. Publicité Conversationnelle

Module 2. Analyse des données de communication et de Marketing pour la prise de décision

- 2.1. Technologies et Outils Spécifiques pour la Communication et l'Analyse des Données de Marketing
 - 2.1.1. Outils d'analyse des conversations et des tendances dans les réseaux sociaux
 - 2.1.2. Systèmes d'identification et d'évaluation des émotions dans les communications
 - 2.1.3. Utilisation du Big Data pour analyser les communications
- 2.2. Applications de l'IA à l'Analyse de Grands Volumes de Données Marketing
 - 2.2.1. Traitement automatique de données massives
 - 2.2.2. Identification de modèles de comportement
 - 2.2.3. Optimisation des algorithmes d'analyse des données
- 2.3. Outils de Visualisation des Données et *Reporting* sur les Campagnes et les Communications en IA
 - 2.3.1. Création de *dashboards* de bord interactifs
 - 2.3.2. Génération automatique de rapports
 - 2.3.3. Visualisation prédictive des résultats de la campagne
- 2.4. Application de l'IA à la Recherche de Marché
 - 2.4.1. Traitement automatique des données d'enquête
 - 2.4.2. Identification automatique des segments d'audience
 - 2.4.3. Prédiction des tendances du marché
- 2.5. L'Analyse Prédictive en Marketing pour la Prise de Décision
 - 2.5.1. Modèles prédictifs du comportement des consommateurs
 - 2.5.2. Préviation des performances des campagnes
 - 2.5.3. Ajustement automatique de l'optimisation stratégique

- 2.6. Segmentation du Marché avec l'IA
 - 2.6.1. Analyse automatisée des données démographiques
 - 2.6.2. Identification de groupes d'intérêt
 - 2.6.3. Personnalisation dynamique des offres
- 2.7. Optimisation de la Stratégie Marketing grâce à l'IA
 - 2.7.1. Utiliser l'IA pour mesurer l'efficacité des canaux
 - 2.7.2. Réglage stratégique automatique pour maximiser les résultats
 - 2.7.3. Simulation de scénarios stratégiques
- 2.8. L'IA dans la Mesure du ROI Marketing
 - 2.8.1. Modèles d'attribution de conversion
 - 2.8.2. Analyse du retour sur investissement à l'aide de l'IA
 - 2.8.3. Estimation du Customer Lifetime Value ou de la Valeur à Vie du Client
- 2.9. Exemples de Réussite en Analyse de Données avec l'IA
 - 2.9.1. Démonstration par des études de cas où l'IA a amélioré les résultats
 - 2.9.2. Optimisation des coûts et des ressources
 - 2.9.3. Avantage concurrentiel et innovation
- 2.10. Défis et Considérations Éthiques dans l'Analyse des Données de l'IA
 - 2.10.1. Biais dans les données et les résultats
 - 2.10.2. Considérations éthiques relatives au traitement et à l'analyse de données sensibles
 - 2.10.3. Défis et solutions pour rendre les modèles d'IA transparents

Module 3. Ventes et génération de *leads* grâce à l'Intelligence Artificielle

- 3.1. Application de l'IA dans le Processus de Vente
 - 3.1.1. Automatisation des tâches de vente
 - 3.1.2. Analyse prédictive du Cycle de Vente
 - 3.1.3. Optimisation des stratégies de tarification
- 3.2. Techniques et Outils pour la Génération de *Leads* avec l'IA
 - 3.2.1. Identification automatisée des prospects
 - 3.2.2. Analyse du comportement des utilisateurs
 - 3.2.3. Personnalisation du contenu du recrutement
- 3.3. *Lead Scoring* avec l'IA
 - 3.3.1. Évaluation automatisée de la qualification des *Leads*
 - 3.3.2. Analyse des leads sur la base des interactions
 - 3.3.3. Optimisation du modèle de *Scoring* de *Leads*



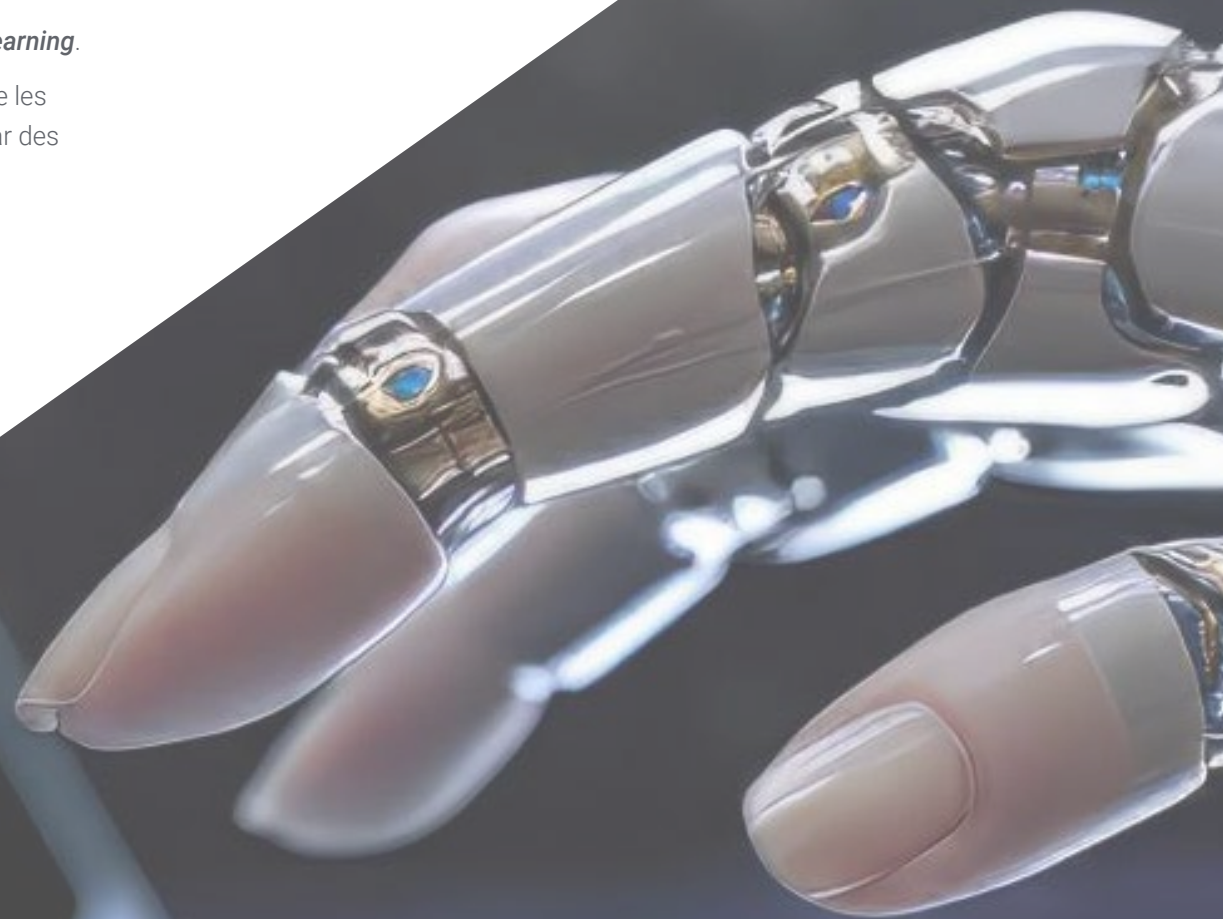
- 3.4. L'IA dans la Gestion de la Relation Client
 - 3.4.1. Suivi automatisé pour améliorer la relation client
 - 3.4.2. Recommandations personnalisées aux clients
 - 3.4.3. Automatisation des communications personnalisées
- 3.5. Mise en œuvre et Cas de Réussite des Assistants Virtuels dans le domaine de la Vente
 - 3.5.1. Assistants virtuels pour l'aide à la vente
 - 3.5.2. Amélioration de l'Expérience Client
 - 3.5.3. Optimiser les conversions et conclure des ventes
- 3.6. Prédire les Besoins des Clients avec l'IA
 - 3.6.1. Analyse du comportement d'achat
 - 3.6.2. Segmentation dynamique de l'offre
 - 3.6.3. Systèmes de recommandation personnalisés
- 3.7. Personnalisation de l'Offre de Vente avec l'IA
 - 3.7.1. Adaptation dynamique des propositions commerciales
 - 3.7.2. Offres exclusives basées sur le comportement
 - 3.7.3. Création de packs personnalisés
- 3.8. Analyse Concurrentielle avec l'IA
 - 3.8.1. Surveillance automatisée des concurrents
 - 3.8.2. Analyse comparative automatisée des prix
 - 3.8.3. Surveillance compétitive prédictive
- 3.9. Intégration de l'IA dans les Outils de Vente
 - 3.9.1. Compatibilité avec les Systèmes CRM
 - 3.9.2. Autonomisation des outils de vente
 - 3.9.3. Analyse prédictive dans les plateformes de vente
- 3.10. Innovations et Prédications dans le Domaine de la Vente
 - 3.10.1. La réalité augmentée dans l'expérience d'achat
 - 3.10.2. Automatisation avancée des ventes
 - 3.10.3. L'intelligence émotionnelle dans les interactions de vente

05

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 Relearning, un système qui renonce à l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui exigent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte 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”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, 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 professionnelle la plus actuelle.

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

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus largement utilisé dans les meilleures écoles d'informatique 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.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

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 université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. 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). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné 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 formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des 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 des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 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 périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Communication et Gestion des Relations Commerciales grâce à l'Intelligence Artificielle garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des déplacements ou des formalités administratives”

Ce **Certificat Avancé en Communication et Gestion des Relations Commerciales grâce à l'Intelligence Artificielle** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée 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 et Gestion des Relations Commerciales grâce à l'Intelligence Artificielle**

Heures Officielles: **450 h.**





Certificat Avancé

Communication et Gestion
des Relations Commerciales
grâce à l'Intelligence Artificielle

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 6 mois
- » Diplôme : TECH Université Technologique
- » Temps estimé : 16 heures/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Communication et Gestion des
Relations Commerciales grâce
à l'Intelligence Artificielle