

Certificat

Créativité Publicitaire



tech université
technologique

Certificat

Créativité Publicitaire

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/cours/creativite-publicitaire

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 18

05

Diplôme

page 26

01

Présentation

Les meilleures campagnes publicitaires sont basées sur l'innovation et la créativité. Pour attirer un public, il est essentiel d'opter pour quelque chose de jamais vu auparavant. Ce programme intensif vous donnera une large perspective sur le copywriting et la capacité de comprendre l'objectif d'une publicité. Pour ce faire, une série de règles et d'avertissements seront abordés, l'objectif étant de rendre l'écriture efficace et professionnelle. Il s'agit sans aucun doute d'un programme unique qui ouvrira la voie à votre développement professionnel.





“

Spécialisez-vous dans le copywriting, la rédaction créative et la direction artistique en publicité et acquérir les compétences nécessaires pour réussir dans ce domaine”

TECH fournit à ses étudiants, avec ce Certificat, un condensé de connaissances liées à la rédaction de textes publicitaires, grâce auquel ils apprendront à appliquer et à analyser les particularités de chacun des différents messages: lettres, brochures, annonces de presse, panneaux d'affichage, spots, etc. aussi bien dans les aspects théoriques que dans les cas pratiques. A partir de là, l'étudiant sera capable d'intégrer les lignes directrices, les clés et les modèles de référence appris en matière de copywriting aux médias et plateformes les plus actuels, l'internet et les réseaux sociaux. L'objectif est d'acquérir des compétences rédactionnelles et de développer l'imagination nécessaire pour générer des idées originales dans n'importe quel format publicitaire.

Le programme comprend également la version plus artistique de la publicité. L'une des principales caractéristiques du directeur artistique est son ambition d'améliorer constamment son travail, de connaître, d'explorer les limites de la communication afin de surprendre et de capter le destinataire de son message. Pour cette raison, l'objectif de ce programme est de semer chez l'étudiant la graine de l'agitation vers le domaine du graphisme publicitaire et de la direction artistique afin qu'il ne cesse de se perfectionner en tant que communicateur visuel.

De cette manière, ce Certificat deviendra un outil essentiel pour les professionnels du secteur qui souhaitent se spécialiser dans la créativité publicitaire, car il inclut, dans un seul programme, les aspects les plus pertinents de la rédaction et de l'art publicitaire. Il s'agit sans aucun doute d'un programme de grande valeur pour les professionnels du journalisme et de la communication.

Ce **Certificat en Créativité Publicitaire** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ L'utilisation des dernières technologies en matière de logiciels d'enseignement en ligne
- ♦ Le système d'enseignement, intensément visuel, s'appuie sur des contenus graphiques et schématiques faciles à assimiler et à comprendre
- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en exercice
- ♦ La dernière génération de systèmes vidéo interactifs
- ♦ Enseignement soutenu par la télépratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Apprentissage autorégulé: compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances
- ♦ Communication avec l'équipement enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet
- ♦ Les banques de documentation complémentaire disponibles en permanence



*Un programme de premier ordre,
conçu pour les professionnels qui
recherchent l'excellence"*

“

Un Certificat qui vous permettra de travailler dans tous les domaines de la création publicitaire avec la solvabilité d'un professionnel de haut niveau"

Le corps enseignant de ce programme est composé de professionnels issus de différents domaines liés à cette spécialité. De cette manière, TECH peut offrir l'objectif de mise à jour académique qu'elle s'est fixé. Une équipe multidisciplinaire de professionnels qualifiés et expérimentés dans différents environnements, qui développera efficacement les connaissances théoriques, mais surtout mettra au service des étudiants les connaissances pratiques issues de leur propre expérience.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique. Développé par une équipe pluridisciplinaire d'experts en e-Learning, il intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, l'étudiant pourra étudier à l'aide d'une gamme d'outils multimédias confortables et polyvalents qui lui donneront l'opérabilité dont il a besoin dans son processus d'étude.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par problèmes. Une approche qui conçoit l'apprentissage comme un processus éminemment pratique. Pour y parvenir à distance, TECH utilise la télépratique. À l'aide d'un système vidéo interactif innovant, et du *Learning from an Expert* l'apprenant pourra acquérir des connaissances comme si étiez confrontés au scénario que vous apprenez à ce moment précis. Un concept qui vous permet d'intégrer et de fixer votre apprentissage de manière plus réaliste et permanente.

Ce programme comprend une multitude de ressources pratiques qui vous aideront à consolider vos connaissances théoriques.

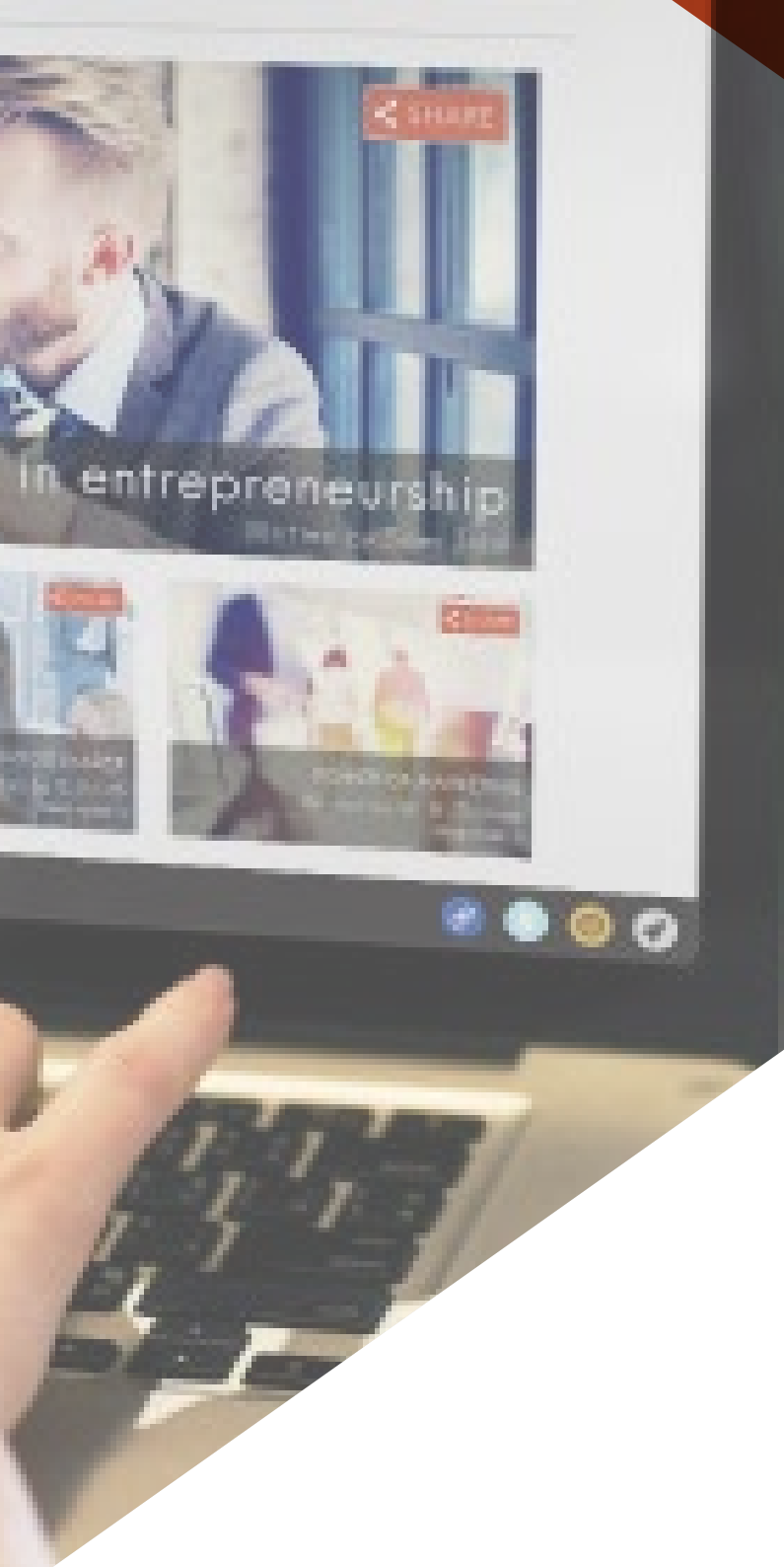
La méthodologie d'enseignement de ce Certificat est la plus innovante sur la scène académique actuelle.



02 Objectifs

Les étudiants qui suivent ce Certificat en Créativité Publicitaire chez TECH trouveront l'information la plus complète sur le marché dans ce domaine, ce qui leur permettra d'acquérir la formation nécessaire pour développer leur côté le plus créatif, en concevant des campagnes publicitaires attrayantes et innovantes. Ainsi, à la fin du programme, le professionnel sera mieux qualifié pour accéder à des postes pertinents dans lesquels il deviendra un professionnel de référence.





“

Développez votre côté créatif et apprenez à concevoir des campagnes publicitaires réussies”



Objectif général

- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire appropriée en utilisant les outils numériques les plus avancés

“

Ce programme vous propulse vers une plus grande compétitivité sur le marché du travail”





Objectifs spécifiques

- ◆ Savoir utiliser les technologies et techniques de l'information et de la communication dans les différents médias ou systèmes de médias combinés et interactifs
- ◆ Reconnaître les éléments, les formes et les processus des langages publicitaires et d'autres formes de communication persuasive
- ◆ Reconnaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques
- ◆ Savoir analyser les éléments qui composent le message publicitaire: éléments graphiques, éléments audiovisuels et éléments musicaux et sonores
- ◆ Assumer le rôle créatif de rédacteur au sein d'une agence de publicité ou d'un service de publicité d'une entreprise ou d'une institution
- ◆ Être capable d'exercer le rôle professionnel de rédacteur dans une agence de publicité ou dans le service de publicité d'une entreprise ou d'une institution
- ◆ Comprendre la nature et le potentiel de communication des images et de la conception graphique
- ◆ Connaître le processus de création publicitaire
- ◆ Produire des documents publicitaires dans les délais impartis, conformément aux spécifications des différents genres de publicité et de relations publiques
- ◆ Être capable d'exercer le rôle professionnel de directeur artistique dans une agence de publicité ou dans le service de publicité d'une entreprise ou d'une institution
- ◆ Participer à la production de la publicité audiovisuelle
- ◆ Encourager la créativité et la persuasion à travers différents médias et moyens de communication

03

Structure et contenu

Le contenu de ce Certificat en créativité publicitaire a été structuré pour faciliter l'apprentissage des journalistes dans le domaine de la publicité, afin qu'ils puissent acquérir les outils nécessaires au développement de leur créativité. Un programme divisé en deux modules qui couvre les aspects fondamentaux de la créativité publicitaire, tant éditoriale qu'artistique. Un programme conçu pour que les étudiants puissent confortablement gérer eux-mêmes leurs études.



“

Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage compatible avec votre vie personnelle et professionnelle"

Module 1. Créativité publicitaire I: copywriting

- 1.1. Concept de rédaction
 - 1.1.1. Rédiger et écrire
 - 1.1.2. Écrire et penser
 - 1.1.3. Rédaction et mise en ordre
- 1.2. Principes de base de la rédaction
 - 1.2.1. La correction
 - 1.2.2. Adaptation
 - 1.2.3. Efficacité
- 1.3. Caractéristiques du copywriting
 - 1.3.1. Nominalisation
 - 1.3.2. Destructuration
 - 1.3.3. Concentration expressive
- 1.4. Texte et image
 - 1.4.1. Du texte à l'image
 - 1.4.2. Fonctions de texte
 - 1.4.3. Fonctions d'image
 - 1.4.4. Relation entre le Texte et les Image de tête
- 1.5. La marque et le slogan
 - 1.5.1. La marque
 - 1.5.2. Caractéristiques de la marque
 - 1.5.3. Slogans
- 1.6. Publicité directe
 - 1.6.1. La brochure
 - 1.6.2. Le catalogue
 - 1.6.3. Autres annexes
- 1.7. La publicité dans la presse: la publicité grand format
 - 1.7.1. Journaux et magazines
 - 1.7.2. Superstructure
 - 1.7.3. Caractéristiques formelles
 - 1.7.4. Caractéristiques éditoriales





- 1.8. Publicité dans la presse: autres formats
 - 1.8.1. Annonces de mots
 - 1.8.2. Superstructure
 - 1.8.3. La demande
 - 1.8.4. Superstructure
- 1.9. Publicité extérieure
 - 1.9.1. Formats
 - 1.9.2. Caractéristiques formelles
 - 1.9.3. Caractéristiques éditoriales
- 1.10. Publicité radio
 - 1.10.1. Le langage de la radio
 - 1.10.2. Le spot radio
 - 1.10.3. Superstructure
 - 1.10.4. Types de cales
 - 1.10.5. Caractéristiques formelles
- 1.11. Publicité audiovisuelle
 - 1.11.1. L'image
 - 1.11.2. Le texte
 - 1.11.3. Musique et effets sonores
 - 1.11.4. Formats publicitaires
 - 1.11.5. Le scénario
 - 1.11.6. Le *Storyboard*

Module 2. Identité d'entreprise

- 2.1. L'importance de l'image dans les entreprises
 - 2.1.1. Qu'est-ce que l'image de marque?
 - 2.1.2. Différences entre l'identité d'entreprise et l'image d'entreprise
 - 2.1.3. Où l'image de l'entreprise peut-elle se manifester?
 - 2.1.4. Situations de changement d'image de l'entreprise. Pourquoi obtenir une bonne image de marque?

- 2.2. Techniques de recherche sur l'image de l'entreprise
 - 2.2.1. Introduction
 - 2.2.2. L'étude de l'image de l'entreprise
 - 2.2.3. Techniques de recherche de l'image de l'entreprise
 - 2.2.4. Techniques qualitatives d'étude des images
 - 2.2.5. Types de techniques quantitatives
- 2.3. Audit et stratégie d'image
 - 2.3.1. Qu'est-ce que l'audit d'image?
 - 2.3.2. Directives
 - 2.3.3. Méthodologie de l'audit
 - 2.3.4. Planification stratégique
- 2.4. Culture d'entreprise
 - 2.4.1. Qu'est-ce que la culture d'entreprise?
 - 2.4.2. Facteurs impliqués dans la culture d'entreprise
 - 2.4.3. Fonctions de la culture d'entreprise
 - 2.4.4. Fonctions de la culture d'entreprise
- 2.5. Responsabilité sociale des entreprises et réputation des entreprises
 - 2.5.1. RSE: concept et application en entreprise
 - 2.5.2. Lignes directrices pour l'intégration de la RSE dans les entreprises
 - 2.5.3. Communication de la RSE
 - 2.5.4. Réputation de l'entreprise
- 2.6. Identité visuelle de l'entreprise et le *Naming*
 - 2.6.1. Stratégies d'identité visuelle d'entreprise
 - 2.6.2. Éléments de base
 - 2.6.3. Principes de base
 - 2.6.4. Principes de base
 - 2.6.5. Le *Naming*
- 2.7. Image de marque et positionnement
 - 2.7.1. L'origine des marques
 - 2.7.2. Qu'est-ce qu'une marque?
 - 2.7.3. La nécessité de construire une marque
 - 2.7.4. Image de marque et positionnement
 - 2.7.5. La valeur des marques





- 2.8. Gestion de l'image par la communication de crise
 - 2.8.1. Plan de communication stratégique
 - 2.8.2. Quand tout va mal: la communication de crise
 - 2.8.3. Cas
- 2.9. L'influence des promotions sur l'image de l'entreprise
 - 2.9.1. Le nouveau paysage du secteur de la publicité
 - 2.9.2. Marketing promotionnel
 - 2.9.3. Caractéristiques
 - 2.9.4. Dangers
 - 2.9.5. Types et techniques de promotion
- 2.10. La distribution et l'image du point de vente
 - 2.10.1. Les principaux acteurs de la distribution commerciale
 - 2.10.2. L'image des entreprises de distribution commerciale à travers le positionnement
 - 2.10.3. Par leur nom et leur logo

“

*Une expérience éducative unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel et
sauter le pas”*

04

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 abandonne 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 nécessitent 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 le biais d'activités collaboratives et de 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 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 8 éléments didactiques différents 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 apprenez 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). 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 meilleur support 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.



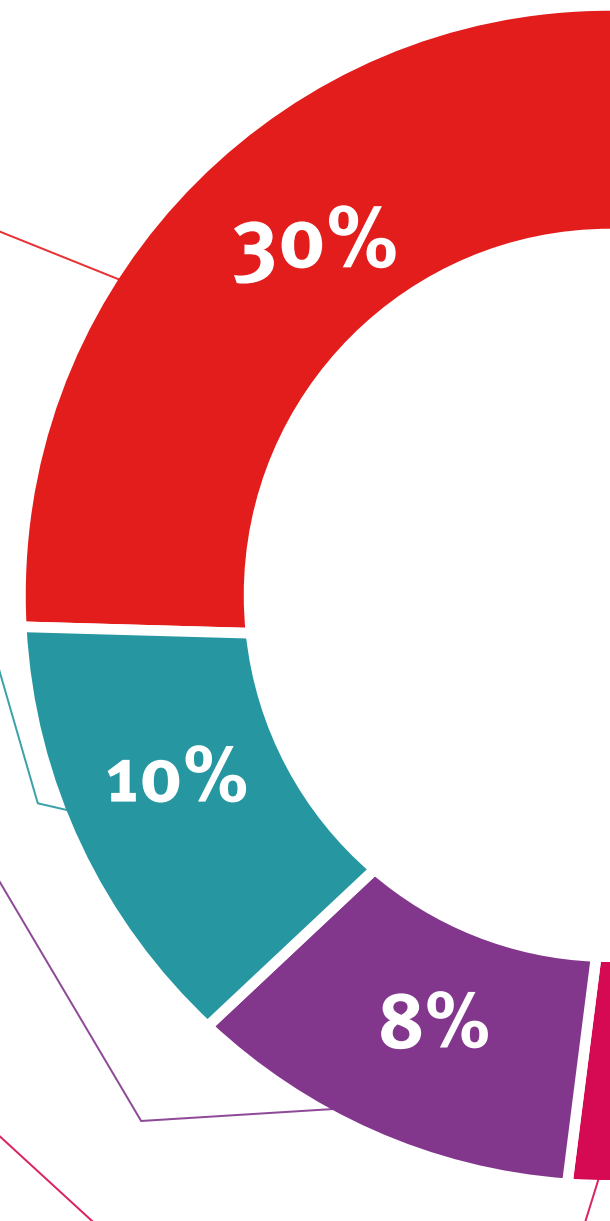
Pratiques en compétences et aptitudes

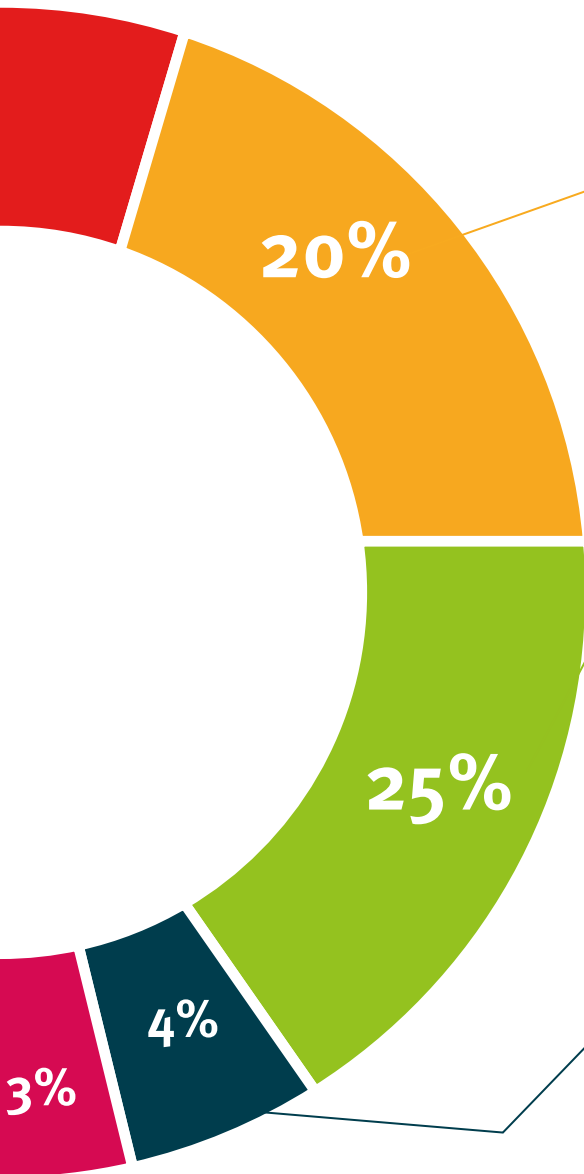
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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.



05 Diplôme

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



“

Terminez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ou à remplir des formalités administratives”

Ce **Certificat en Créativité Publicitaire** 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** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Certificat en Création Publicitaire**

N.º d'Heures Officielles: **300 h.**



future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat

Créativité Publicitaire

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat

Créativité Publicitaire

