

# Certificat Avancé

## Branded Content





## Certificat Avancé

### Branded Content

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

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-branded-content](http://www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-branded-content)

# 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

Les marques ont dû évoluer dans leur manière de se faire connaître et ont délaissé la publicité traditionnelle pour opter pour un contenu multimédia, dans lequel le spectateur a beaucoup à apporter. Par conséquent, de plus en plus de marques utilisent des outils Marketing tels que le Branded Content pour créer une image positive qui entre en contact avec le public et génère des bénéfices à court et à long terme. Grâce à ce programme, les professionnels du secteur auront la possibilité d'accéder à des contenus exclusifs et inédits qui leur fourniront la formation nécessaire pour devenir de véritables spécialistes du domaine, avec un accès aux équipes publicitaires les plus renommées.





“

*Les entreprises recherchent des professionnels comme vous, capables de s'adapter à la nouvelle donne et de créer des contenus pertinents pour le public"*

Au XXI<sup>e</sup> siècle, les consommateurs savent très bien ce qu'ils veulent et ce qu'ils ne veulent pas en matière de publicité. Fini le temps des promotions envahissantes qui ne faisaient rien d'autre que provoquer le rejet du public. Les utilisateurs veulent profiter de la publicité, mais d'un point de vue différent. Pas seulement en tant que simples spectateurs, mais en tant que véritables clients qui ont besoin que leur avis soit entendu et écouté. C'est pourquoi les annonceurs et les créateurs de contenu parient sur le fait de raconter des histoires qui vont au-delà de la présentation d'un produit. Il est désormais nécessaire de créer une image de marque, de montrer les valeurs de l'entreprise, de créer des émotions, etc. En bref, entrer en contact avec le public et le fidéliser.

Dans ce processus, de nombreuses agences de communication et de publicité s'engagent dans l'application des techniques de Marketing pour développer leurs messages, afin de pouvoir offrir aux téléspectateurs des communications plus personnalisées et adaptées à leurs besoins. Avec ce Certificat Avancé en Branded Content de TECH Universidad Tecnológica, les étudiants auront accès à un contenu spécialisé sur le sujet, préparé par un corps enseignant ayant une grande expérience du secteur, qui leur permettra de développer les compétences exigées par les grandes entreprises actuelles.

Le programme couvre tout, des principes de la communication à la création et à la gestion de communautés virtuelles, mais se concentre bien sûr sur les principales stratégies de contenu de marque. En plus de sa qualité, ce programme se distingue par le fait qu'il est proposé dans un format 100% en ligne, de sorte que les étudiants auront la possibilité de gérer leur propre temps d'étude, en ayant un accès libre à tous les contenus et ressources académiques pendant les 6 mois du diplôme.

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

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Communication
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus, fournissent des informations théoriques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Nouveautés en Branded Content
- ♦ Les exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en Branded Content
- ♦ Le système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision sur les situations présentées.
- ♦ 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



*Devenez un créateur de contenu à succès et démarquez-vous sur un marché du travail très compétitif*

“

*Avec un public de plus en plus averti, vous devez créer des histoires publicitaires convaincantes qui les engagent et créent des expériences inoubliables”*

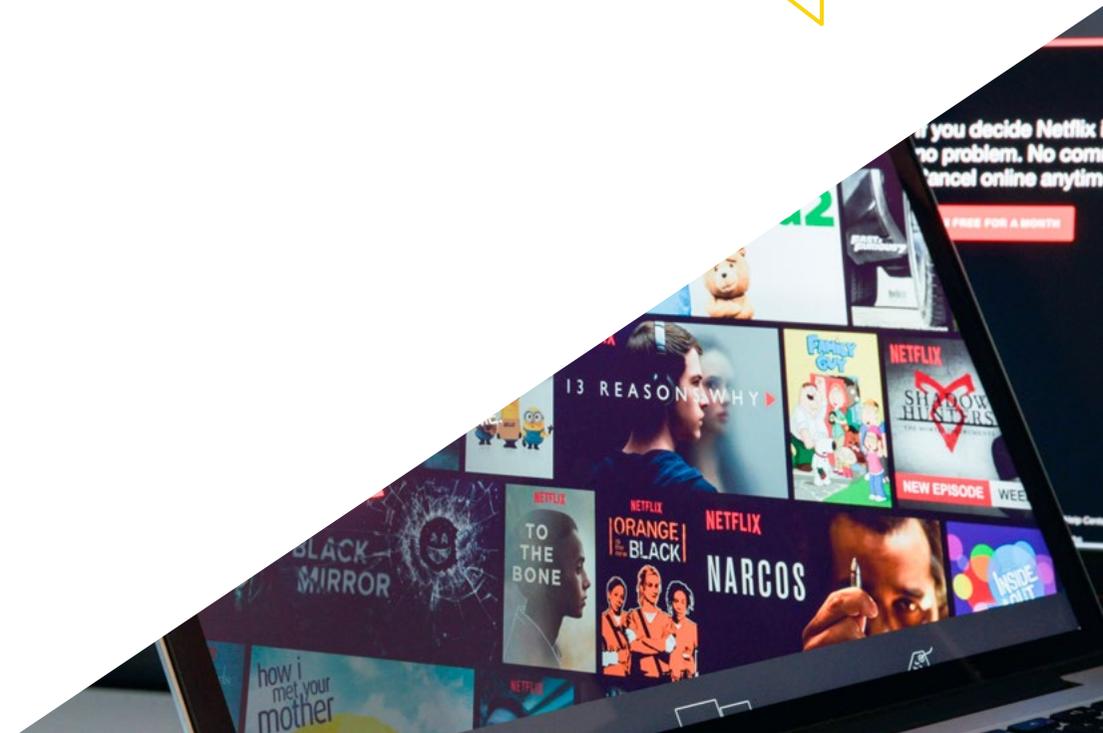
Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la Communication, qui apportent l'expérience de leur travail à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

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 étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du Certificat Avancé. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Un programme 100% en ligne où vous développerez les compétences nécessaires pour devenir un créateur de contenu à succès.*

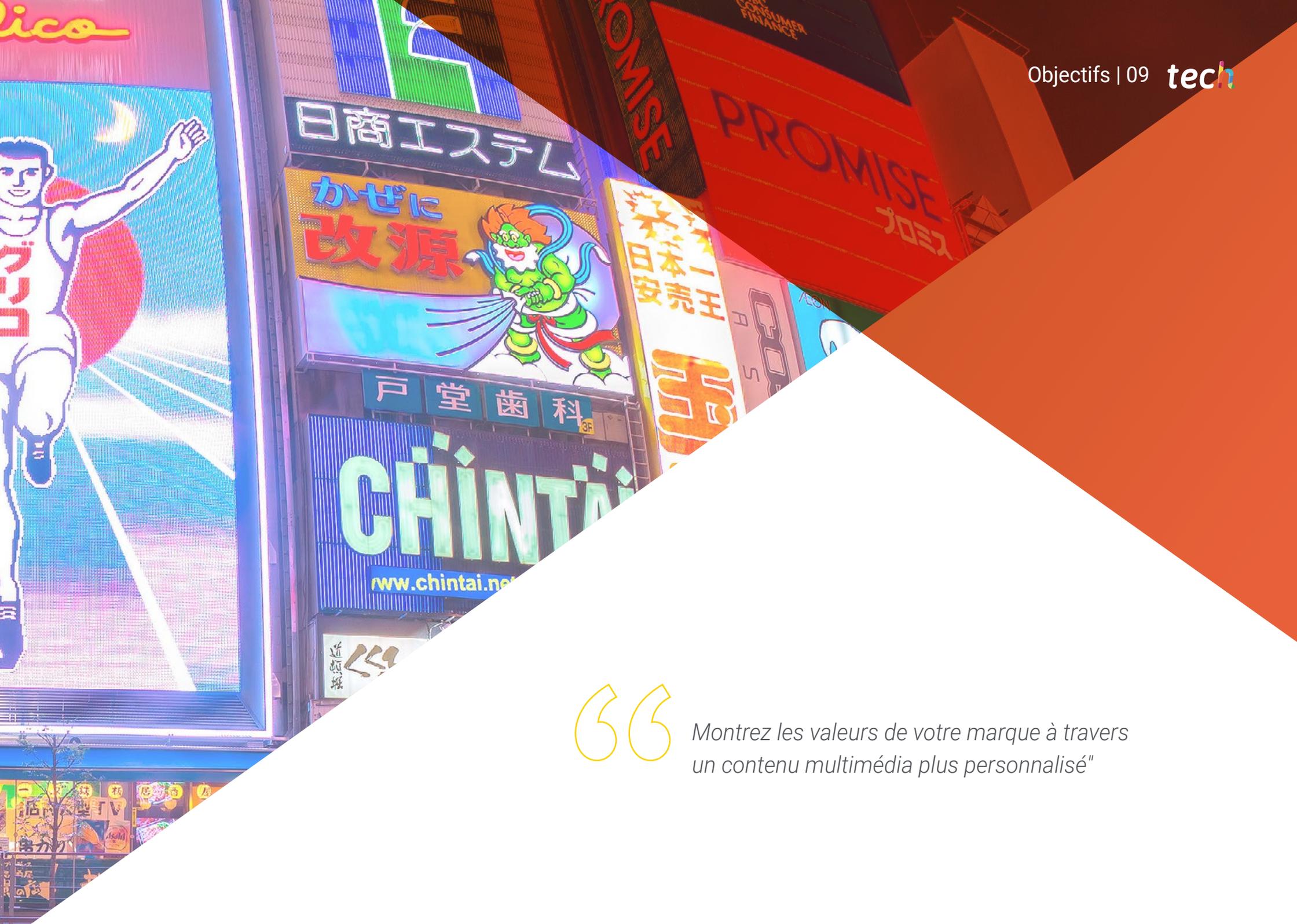
*Les grandes marques voudront que vous fassiez partie de leurs modèles afin que vous puissiez établir un lien avec leur public et générer des sentiments positifs.*



# 02 Objectifs

L'objectif principal de ce Certificat Avancé en Branded Content de TECH Université Technologique est de fournir aux professionnels du journalisme et de la communication les outils nécessaires pour pouvoir créer un contenu multimédia qui génère un impact sur le public, l'incitant à consommer un produit ou un service spécifique. Ainsi, à l'issue du diplôme, l'étudiant aura acquis la formation nécessaire pour accéder à des postes de création ou de direction dans les principales agences de publicité du moment.





“

*Montrez les valeurs de votre marque à travers un contenu multimédia plus personnalisé”*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Connaissance et compréhension conceptuelles du domaine du *Transmedia Storytelling* et de sa pertinence dans différents domaines professionnels (publicité, marketing, journalisme, divertissement)
- ♦ Acquérir les fondamentaux de la création transmédia, de la narration à la production, la dynamisation des communautés sociales et la monétisation économique

“

*Appliquez les principaux outils de Branded Content et touchez votre public de manière efficace”*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Un nouveau paradigme de communication

- ♦ Situer l'ensemble du cursus dans un paysage sociologique et médiatique en mutation, où la technologie et la fragmentation de l'offre audiovisuelle ouvrent d'énormes possibilités de développement commercial et professionnel

### Module 2. Création et gestion de communautés numériques

- ♦ Examiner la méthodologie de création et de dynamisation d'une communauté numérique transmédia, y compris la stimulation du contenu généré par les utilisateurs

### Module 3. Branded Content: les marques en tant *Publishers*

- ♦ Approfondir le contenu de marque dans le *mix* de communication, dans un contexte de sursaturation publicitaire
- ♦ Réaliser une analyse approfondie des différences entre la publicité et le Branded Content et de la portée de ce dernier (création, formats, mesure)

# 03

## Direction de la formation

Les enseignants de ce Certificat Avancé de TECH Université Technologique sont des professionnels ayant une grande expérience du Branded Content et du marché de la communication multimédia en général. Des enseignants qui sont au fait des nouvelles tendances en matière de narration transmédia et qui comprennent l'importance d'actualiser leurs connaissances afin d'accéder à un marché hautement concurrentiel. Pour cette raison, ils ont décidé d'unifier les critères pour offrir le meilleur programme dans le panorama académique actuel dans ce domaine.





*Les meilleurs spécialistes du Branded Content vous apprendront les clés pour vous spécialiser dans ce domaine"*

## Directeur Invité International

Le nom de Magda Romanska est incontournable dans le domaine des Arts du Spectacle et des Médias à l'échelle internationale. Entre autres projets, cette experte a été Chercheuse Principale au metaLAB de l'Université de Harvard et préside le Séminaire des Arts Transmédiés au célèbre Mahindra Humanities Center. Elle a également développé de nombreuses études liées à des institutions telles que le Centre des Études Européennes et le Centre Davis d'Études Russes et Eurasiennes.

Ses travaux se concentrent sur l'intersection de l'art, des sciences humaines, de la technologie et de la narration transmédia. Ce cadre englobe également la dramaturgie multiplateforme et métaverse, ainsi que l'interaction entre les humains et l'Intelligence Artificielle dans la performance. À partir de ses études approfondies dans ces domaines, elle a créé Drametrics, une analyse quantitative et informatique des textes dramatiques.

Elle est également fondatrice, PDG et rédactrice en chef de TheTheatreTimes.com, le plus grand portail théâtral numérique au monde. Elle a également lancé Performap.org, une carte numérique interactive des festivals de théâtre, financée par le Laboratoire des Sciences Humaines Numériques de Yale et une subvention LMDA pour l'innovation. Il a également été chargé du développement de l'International Online Theatre Festival (IOTF), un festival mondial annuel de théâtre en streaming, qui a jusqu'à présent touché plus d'un million de participants. En outre, cette initiative a reçu le Deuxième Prix International Culture Online pour le "Meilleur projet en ligne", choisi parmi 452 autres propositions provenant de 20 pays.

La docteur Romanska a également reçu les bourses MacDowell, Apothetae et Lark Theatre Playwriting de la Fondation Time Warner. Elle a également reçu le prix créatif PAHA et le prix Elliott Hayes pour l'excellence dans l'écriture Dramatique. Elle a également reçu des prix de l'Association Américaine pour la Recherche Théâtrale et de l'Association d'Etudes Polonaises.



## Dott.ssa. Romanska, Magda

---

- Chercheuse Principale au metaLAB de Harvard
- Directrice Exécutive et Rédactrice en Chef de TheTheatreTimes.com
- Chercheuse Associée au Centre d'Études Européennes Minda à Gunzburg
- Chercheuse Associée au Centre Davis d'Etudes Russes et Eurasiennes
- Professeure des Arts du Spectacle à l'Emerson College
- Professeure Associée au Centre Berkman pour l'Internet et la Société
- Doctorat en Théâtre, Film et Danse de l'Université de Cornell
- Master en Pensée et Littérature Modernes de l'Université de Stanford.
- Diplômée de l'École d'Art Dramatique de Yale et du Département de Littérature Comparée.
- Présidente du Séminaire sur les Arts Transmédias au Mahindra Humanities Center
- Membre du Conseil Consultatif de Digital Theatre+

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Direction



### Dr Regueira, Javier

- ♦ VP et cofondateur de l'Association Espagnole de Branded Content
- ♦ Directeur Général de l'Agence Apécialisée dans le Branded Content ZOND (MIO Group)
- ♦ Professeur à l'Université Pontificale Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- ♦ Ancien Responsable Marketing chez BDF Nivea et Imperial Tobacco
- ♦ Auteur, blogueur et TEDx Speaker
- ♦ Docteur en Branded Content
- ♦ Diplômé de CC.EE. Européennes ICADE E4
- ♦ Master en Marketing



## Professeurs

### Dr Suárez, Adrián

- ◆ Professeur de Projets Multimédia, Image d'Entreprise et Ergonomie chez UNIR
- ◆ Professeur EBF Business School, Cesuga et IEBS
- ◆ Expérience étendue en tant que gestionnaire de contenu dans le secteur du jeu vidéo et de la rédaction de contenu Web
- ◆ Docteur en Communication Numérique, Narration et Jeux vidéo
- ◆ Degré Architecture
- ◆ Master en Gestion Marketing et Communication

### Mme Ugidos, Susana

- ◆ Expérience Professionnelle Approfondie en Stratégie de Contenu
- ◆ Diplôme en Gestion Commerciale et Marketing
- ◆ Diplômé en Développement de la Direction, Branded Content et Transmedia, et Marketing numérique et Design Thinking

### Dr Montoya Rubio, Alba

- ◆ Expert en Réseaux et Communication, A'Punt (Corporation Valencienne des Médias)
- ◆ Professeur Collaboratrice UOC
- ◆ Doctorat en Musique et Cinéma, Université de Barcelone
- ◆ Licence en Communication Audiovisuelle de l'Université Pompeu Fabra de Barcelone
- ◆ Master en Musique comme Art Interdisciplinaire, Université de Barcelone

# Structure et contenu

Pour être vraiment efficace, la communication commerciale doit répondre à une série d'exigences. Un langage convaincant, une image puissante et un accent mis sur la marque ne sont que quelques-uns des aspects qui doivent être pris en compte lors de la création d'une campagne publicitaire. Mais il est également nécessaire d'appliquer les techniques de Branded Content qui favorisent la diffusion et l'acceptation du public. Ce syllabus est conçu pour aider les journalistes et les communicateurs à se former dans ce domaine, à travers un syllabus très complet qui est divisé en 3 modules.





Product Beethoven and  
Have Never Picked Up

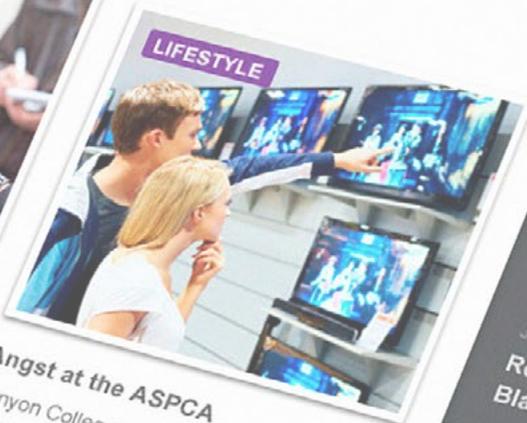


### Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American citizen Andrew Pochter was among at least eight people killed in clashes that erupted after demonstrations in Egypt, the college and the U.S.



January 2012 | Nation  
**Sorry Google and Apple : Samsung Unveiled Games Console First**



### LIFESTYLE

### Angst at the ASPCA

Kenyon College student and American citizen Andrew Pochter was among at least eight people killed in clashes that erupted after demonstrations in Egypt, the college and the U.S.



January 2012 | Nation  
**Research In Motion Shares Fall BlackBerry Turnaround Plan in**



January 2012 |  
**Heat wave temps a Las V**



Concevoir des histoires qui créent de la valeur pour votre marque grâce aux connaissances spécifiques apportées par ce programme"

## Module 1. Un nouveau paradigme de communication

- 1.1. Transformation des médias et fragmentation de l'audience
  - 1.1.1. Le nouveau rôle des médias
  - 1.1.2. Le citoyen face à la révolution numérique
  - 1.1.3. Consommation et intoxication
- 1.2. La convergence des médias
  - 1.2.1. Convergence technologique
  - 1.2.2. Convergence socioculturelle
  - 1.2.3. Convergence des entreprises
- 1.3. Internet 2.0: du monologue au dialogue
  - 1.3.1. Le processus de fragmentation
  - 1.3.2. L'effet de la technologie
  - 1.3.3. La remise en question des médias traditionnels
- 1.4. *Long Tail*
  - 1.4.1. Modèles d'entreprise *Long Tail*
  - 1.4.2. Éléments d'un modèle *Long Tail*
- 1.5. Le nouveau prosumer
  - 1.5.1. La troisième vague
  - 1.5.2. Spectateurs vs. *E-fluencers*
- 1.6. Internet 2.0
  - 1.6.1. Données de pénétration et d'utilisation
  - 1.6.2. Du monologue au dialogue
  - 1.6.3. Internet des objets
- 1.7. La culture participative
  - 1.7.1. Caractéristiques
  - 1.7.2. Internet et opinion publique
  - 1.7.3. Co-création
- 1.8. L'attention éphémère
  - 1.8.1. Multimédicalité
  - 1.8.2. *Multitasking*
  - 1.8.3. L'effondrement de l'attention





1.9. *Hardware*: de la *black box* à la maison hyper-connectée

- 1.9.1. La boîte noire
- 1.9.2. Nouveaux appareils
- 1.9.3. Comblant le fossé numérique

1.10. Vers une nouvelle télévision

- 1.10.1. Prémisses de la nouvelle TV
- 1.10.2. Auto-programmation
- 1.10.3. La télévision sociale

**Module 2. Création et gestion de communautés numériques**

2.1. Une communauté virtuelle et où les créer

- 2.1.1. Types d'utilisateurs
- 2.1.2. Espaces où créer des communautés virtuelles
- 2.1.3. Particularités de ces espaces

2.2. Gestion des communautés sur Facebook et Instagram

- 2.2.1. Outils de création et de gestion de communautés
- 2.2.2. Possibilités et limites

2.3. Gestion des communautés sur Twitter

- 2.3.1. Outils de création et de gestion de communautés
- 2.3.2. Possibilités et limites

2.4. Gestion des communautés sur YouTube

- 2.4.1. Outils de création et de gestion de communautés
- 2.4.2. Possibilités et limites

2.5. Gestion des communautés sur Twitch

- 2.5.1. Outils de création et de gestion de communautés
- 2.5.2. Possibilités et limites

2.6. Gestion des futures communautés dans les espaces émergents. Vos clés

- 2.6.1. Clés à retenir de l'analyse des réseaux commentés
- 2.6.2. Quelles mesures prendre lorsque de nouveaux réseaux sociaux voient le jour?
- 2.6.3. Discours et dialogues

- 2.7. Comment générer du contenu par les utilisateurs?
  - 2.7.1. Le *prosumer* après le COVID
  - 2.7.2. Concours, tirages au sort et campagnes
  - 2.7.3. Connexion aux réseaux sociaux et transmédia
- 2.8. Planification et mesure du contenu I
  - 2.8.1. Types de contenu et rédaction
  - 2.8.2. Structuration du contenu
- 2.9. Planification et mesure du contenu II
  - 2.9.1. Mesure des actions sur les réseaux sociaux
  - 2.9.2. Impact sur Google
  - 2.9.3. Prise de décision
- 2.10. Développement de contenu de blog et son mouvement sur les réseaux sociaux
  - 2.10.1. L'importance du blog aujourd'hui
  - 2.10.2. Techniques de déplacement de contenu en réseau
  - 2.10.3. Résolution des crises

### Module 3. Branded Content: les marques comme *Publishers*

- 3.1. Le modèle publicitaire traditionnel: *Push*
  - 3.1.1. Aspects clés des stratégies de communication *Push*
  - 3.1.2. Origines et évolution
  - 3.1.3. L'avenir des stratégies *Push*
- 3.2. Le nouveau modèle *Pull*
  - 3.2.1. Aspects clés des stratégies de communication *Pull*
  - 3.2.2. Sources et contexte actuel
  - 3.2.3. Les clés du succès
- 3.3. Branded Content
  - 3.3.1. Branded Content, Marketing de contenu et *Native Advertising*?
  - 3.3.2. Comment identifier un Branded Content?





- 3.4. Les marques comme *publishers*: implications
  - 3.4.1. La nouvelle chaîne de valeur
  - 3.4.2. Implications
  - 3.4.3. Modèles
- 3.5. Le Branded Content et son rôle dans le mix de communication
  - 3.5.1. Contexte actuel
  - 3.5.2. Branded Content et usage de la marque
  - 3.5.3. Cas inspirants
- 3.6. La coexistence des contenus et de la publicité
  - 3.6.1. Différences
  - 3.6.2. Contribution au *Brand Equity*
  - 3.6.3. Exemples de cohabitation
- 3.7. Branded Content: formats et genres
  - 3.7.1. Genres
  - 3.7.2. Autres approches, autres genres
  - 3.7.3. Formats
- 3.8. Méthodologie de création de Branded Content
  - 3.8.1. Stratégie
  - 3.8.2. Conception
  - 3.8.3. Production
- 3.9. L'importance de la promotion dans contenu de marque
  - 3.9.1. Méthodologie
  - 3.9.2. Phases
  - 3.9.3. Formats
- 3.10. Mesure de l'efficacité du contenu branded
  - 3.10.1. Comment mesurer un projet BC?
  - 3.10.2. Mesure qualitative et quantitative
  - 3.10.3. Mesures et indicateurs de performance clés

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 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

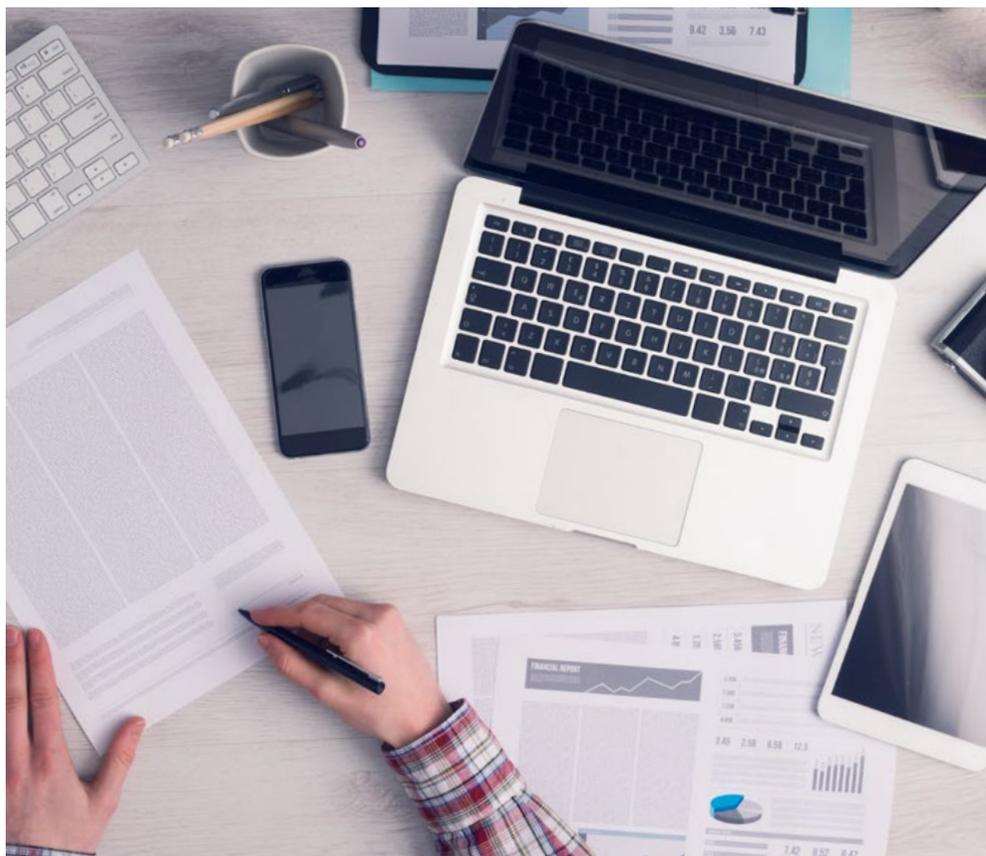
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

*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.



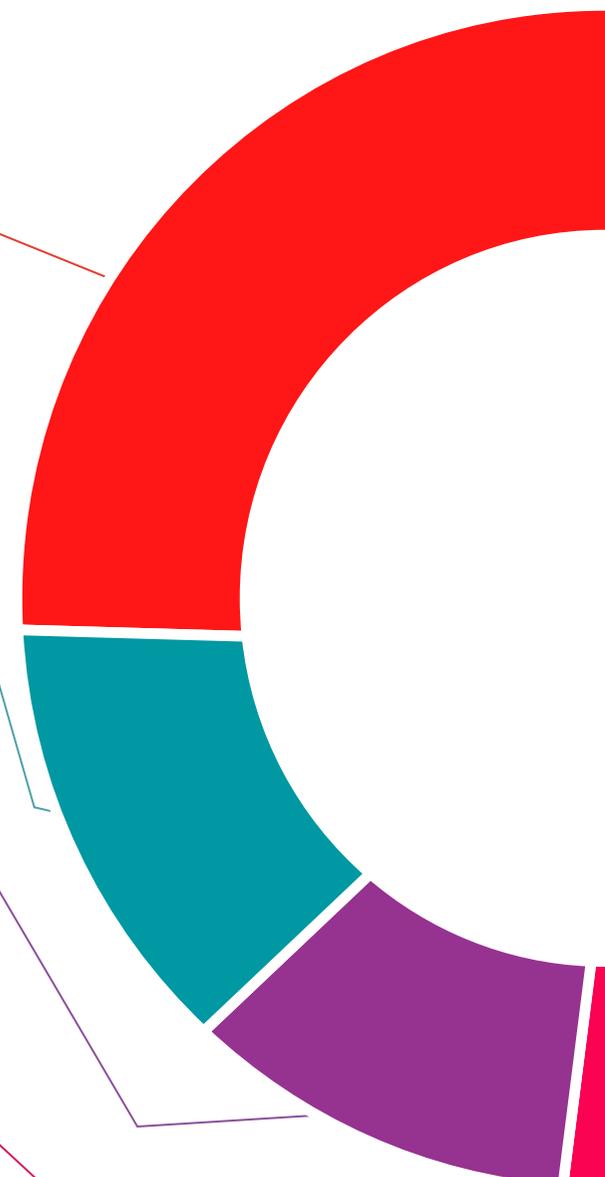
### Pratiques en compétences et aptitudes

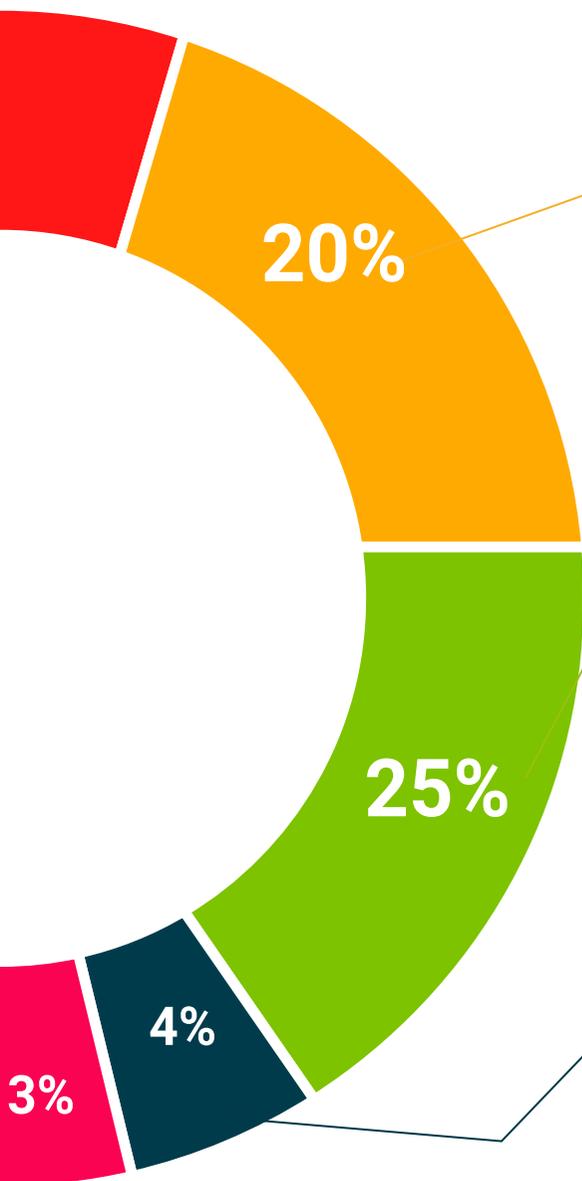
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



# 06 Diplôme

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



“

*Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Certificat Avancé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”*

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

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

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

Diplôme: **Certificat Avancé en Branded Content**

N.º d'heures officielles: **450 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.

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 Avancé

Branded Content

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

# Certificat Avancé

## Branded Content

