

Certificat Avancé

Communication et Branding
des Industries Créatives





Certificat Avancé

Communication et Branding des Industries Créatives

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

Accès au site: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-communication-branding-industries-creatives

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

Les industries créatives constituent un secteur économique et culturel très particulier. Bien qu'il s'agisse d'activités économiques rentables, elles sont très attachées à la culture et à l'art, de sorte que leur communication, leur diffusion et leur Branding doivent être adaptées à leurs particularités. Pour cette raison, ce programme offre le meilleur contenu spécifique en termes de communication appliquée aux industries créatives. Avec ce diplôme, les étudiants seront en mesure de concevoir et de réaliser des plans de Communication et Branding dans le domaine culturel, devenant ainsi des spécialistes dans ce domaine.





“

Les Industries Créatives ont besoin d'une communication adaptée à leurs particularités: se spécialiser et devenir un expert"

Parmi la grande variété d'industries qui existent dans le monde, celles qui sont regroupées sous le label des Industries Créatives sont l'une des plus particulières. Ils ont de nombreuses particularités, comme leur proximité avec le domaine artistique, qui fait que leur communication doit s'adapter à un environnement plus culturel et créatif que celui des autres secteurs économiques.

De même, le public cible est un élément déterminant dans ce processus de communication, car il est très différent de communiquer et de faire du Branding à destination d'un public lié à l'art et à la culture que de le faire pour d'autres types de publics ou d'utilisateurs.

Il est donc nécessaire pour les professionnels qui souhaitent travailler dans ce domaine d'acquérir les compétences appropriées afin que la communication soit efficace et génère le Engagement souhaité.

C'est pourquoi ce Certificat Avancé en Communication et Branding des Industries Créatives offre les connaissances nécessaires aux journalistes pour se spécialiser dans la communication destinée aux industries créatives et culturelles, un domaine qui a besoin de spécialistes sachant transmettre des idées et des concepts commerciaux dans un environnement plus ouvert et artistique.

Ce **Certificat Avancé en Communication et Branding des Industries Créatives** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Communication et Branding destinés aux industries créatives
- ♦ Des contenus hautement spécialisés, préparés pour répondre à tous les défis de communication présentés dans le domaine culturel
- ♦ L'utilisation de méthodes d'enseignement innovantes
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



La communication dans les Industries Créatives est essentielle: devenez un expert et soyez un professionnel utile pour votre organisation"

“

Les Industries Créatives exigent des spécialistes talentueux dotés des bonnes compétences: ce Certificat Avancé répond à cette demande”

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés 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 Certificat Avancé. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Des spécialistes de la communication appliquée aux Industries Créatives sont recherchés: entrez dans un domaine professionnel riche en possibilités.

Vous aimez la culture et vous êtes journaliste ou communicateur: faites le grand saut avec ce diplôme.



02 Objectifs

L'objectif principal de ce programme en Communication et Branding des Industries Créatives est de fournir aux étudiants les meilleurs outils pour devenir des professionnels utiles dans ce domaine, afin que les entreprises les plus importantes du secteur fassent appel à leurs services. Ainsi, les diplômés auront des compétences très spécifiques et très demandées, ce qui peut signifier une grande avancée dans leur carrière professionnelle.





“

Réunissez vos deux passions, la culture et la communication, et devenez un professionnel très demandé par les entreprises du secteur”



Objectifs généraux

- ♦ Utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication comme outils d'enseignement et d'échange d'expériences dans le domaine d'étude
- ♦ Développer des compétences en communication, tant écrite qu'orale, ainsi que la capacité à faire des présentations professionnelles efficaces dans la pratique quotidienne
- ♦ Acquérir des compétences en matière d'études de marché, de vision stratégique, de méthodologies numériques et de co-création
- ♦ Offrir des connaissances utiles pour la spécialisation des étudiants, en leur fournissant des compétences pour le développement et l'application d'idées originales dans leur travail personnel et professionnel
- ♦ Comprendre comment la créativité et l'innovation sont devenues les moteurs de l'économie
- ♦ Résoudre des problèmes dans des environnements nouveaux et dans des contextes interdisciplinaires dans le domaine de la gestion de la créativité

“

Vous avez des idées novatrices pour améliorer la Communication et Branding des meilleurs projets culturels: obtenez votre diplôme et mettez en œuvre ces idées”





Objectifs spécifiques

Module 1. Nouvelles industries créatives

- ♦ Se familiariser avec les nouvelles industries créatives
- ♦ Connaissance approfondie du poids des industries créatives sur le plan économique
- ♦ Acquérir une connaissance approfondie des arts visuels et du spectacle
- ♦ Obtenir une connaissance approfondie du patrimoine historique, naturel et culturel

Module 2. Creative Branding: Communication et gestion créative de la marque

- ♦ Comprendre le processus de création et d'évolution d'une marque
- ♦ Savoir créer l'identité graphique de la marque
- ♦ Connaître les principales techniques et outils de communication
- ♦ Être capable de réaliser le Briefing de l'entreprise

Module 3. Nouvelles stratégie du Marketing Digital

- ♦ Appliquer les outils de marketing numérique, en tenant compte du public auquel les messages s'adresseront
- ♦ Réaliser des analyses web qui fournissent à l'entreprise des informations lui permettant de savoir comment orienter sa stratégie publicitaire
- ♦ Utilisez les réseaux sociaux comme outils de Marketing et de publicité
- ♦ Appliquer les outils Inbound Marketing

03

Direction de la formation

Un domaine aussi spécialisé nécessite les meilleurs enseignants, c'est pourquoi ce programme éducatif a été conçu de manière à ce que de grands spécialistes des industries créatives, de la Communication et Branding des Industries Créatives soient ceux qui enseignent les contenus. De cette façon, les étudiants pourront obtenir des connaissances tirées directement de l'expérience du corps enseignant, de sorte qu'ils pourront également les appliquer immédiatement dans leur domaine professionnel.





“

*Des spécialistes authentiques vous
donnent toutes les clés du métier”*

Directeur invité international

S. Mark Young est un expert de renommée internationale qui a concentré ses recherches sur l'Industrie du Divertissement. Ses conclusions ont été récompensées à de nombreuses reprises, notamment par le Prix 2020 pour l'Ensemble de sa carrière en Comptabilité et Gestion, décerné par la Société Américaine de Comptabilité (American Accounting Association). Il a également reçu trois prix pour sa contribution à la littérature académique dans ces domaines.

L'une des étapes les plus importantes de sa carrière a été la publication de l'étude "Narcissism and Celebrities", en collaboration avec le Dr Drew Pinsky. Ce texte rassemble des données directes sur des personnalités célèbres du Cinéma et de la Télévision. En outre, dans cet article, qui deviendra plus tard un livre à succès, l'expert analyse les comportements narcissiques des stars du cinéma et la façon dont ils sont devenus normalisés dans les médias modernes. Dans le même temps, l'impact de ces comportements sur la jeunesse contemporaine a été abordé.

Tout au long de sa vie professionnelle, Young s'est également intéressé à l'organisation et à l'orientation de l'industrie cinématographique. Il a notamment étudié des modèles permettant de prédire le succès des grands films au box-office. Il a également contribué à la comptabilité par activités et à la conception de systèmes de contrôle. En particulier, son influence sur la mise en œuvre d'une gestion efficace basée sur la Balanced Scorecard est bien connue.

Le travail universitaire a également marqué sa vie professionnelle, et il a été élu à la Chaire de Recherche George Bozanic et Holman G. Hurt en Affaires Sportives et Divertissantes. Il a également enseigné et participé à des programmes d'études liés à la Comptabilité, au Journalisme et à la Communication. Parallèlement, ses études de premier et de deuxième cycle l'ont mené dans de prestigieuses universités américaines telles que Pittsburgh et l'Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- Directeur de la Chaire George Bozanic et Holman G. Hurt sur les Affaires du Sport et du Divertissement
- Historien Officiel de l'Équipe Masculine de Tennis de l'Université de Californie du Sud
- Chercheur académique spécialisé dans le Développement de Modèles Prédicatifs pour l'Industrie Cinématographique
- Co-auteur du livre "Narcissism and Celebrities"
- Doctorat en Sciences Comptables de l'Université de Pittsburgh
- Master en Comptabilité de l'Ohio State University
- Licence en Sciences Économiques de l'Oberlin College
- Membre du Centre pour l'Excellence dans l'Enseignement

“

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

Direction



Dr Velar, Marga

- ♦ Responsable du Marketing d'Entreprise chez SGN Group (New York)
- ♦ Directeur à ForeMarketing Lab
- ♦ Enseignant au Centre Universitaire Villanueva, à l'ISEM Marketing Business School et à la Faculté de Communication de l'Université de Navarre
- ♦ Docteur en Communication de l'Université Carlos III de Madrid
- ♦ Diplôme de Communication Audiovisuelle et diplôme en Communication et Gestion de la Mode du Centre Universitaire Villanueva, Université Complutense, Madrid
- ♦ MBA en Gestion des Affaires de la Mode de l'ISEM Marketing Business School



Professeurs

M. Sanjosé, Carlos

- ♦ Chef du Service Numérique de MURPH
- ♦ Créateur de contenu pendant plus de 8 ans chez Liceo25, société mère de médias en ligne tels que 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine ou Libra, entre autres
- ♦ Spécialiste du Marketing et de la stratégie numériques, des Médias Sociaux et des Publicités Sociales et Email Marketing
- ♦ Diplôme en Publicité et Relations Publiques

Dr San Miguel, Patricia

- ♦ Directrice et créatrice de l'observatoire pour l'analyse de l'impact numérique des marques de mode Digital Marketing Brands
- ♦ Chargé de cours en Marketing Numérique à l'ISEM Marketing Business School et à l'Université de Navarre
- ♦ Docteur de l'Université de Navarre
- ♦ Diplômée en Publicité et de Relations Publiques de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Executive Marketing MBA de l'ISEM
- ♦ Auteur du livre Influencer Marketing

Mme Arroyo Villoria, Cristina

- ♦ Associé et directeur des projets et de l'entrepreneuriat de la fabrique d'industries créatives
- ♦ Planification stratégique, développement commercial et stratégie de communication et de marketing
- ♦ Licence en Sciences du Travail de l'Université de Valladolid
- ♦ Master en Gestion des Ressources Humaines de l'École de Commerce San Pablo CEU
- ♦ Master en Technologie Éducative de l'École de Commerce Bureau Veritas

04

Structure et contenu

Les contenus de ce Certificat Avancé en Communication et Branding des Industries Créatives ont été structurés en trois modules, de 10 matières chacun, à travers lesquels les étudiants pourront apprendre tout ce dont ils ont besoin pour mener à bien la communication, le marketing et le Branding de projets culturels et artistiques dans les entreprises du secteur.



“

Le contenu de ce Certificat Avancé a été conçu pour que vous deveniez le spécialiste de référence”

Módulo 1. Nouvelles Industries Créatives

- 1.1. Nouvelles industries créatives
 - 1.1.1. De l'industrie culturelle à l'industrie créative
 - 1.1.2. Les industries créatives d'aujourd'hui
 - 1.1.3. Activités et secteurs composant les industries créatives
- 1.2. Le poids économique des industries créatives aujourd'hui
 - 1.2.1. Contribution
 - 1.2.2. Les moteurs de la croissance et du changement
 - 1.2.3. Perspectives d'emploi dans les industries créatives
- 1.3. Nouveau contexte mondial des industries créatives
 - 1.3.1. Radiographie des industries créatives dans le monde
 - 1.3.2. Sources de financement des Industries créatives dans chaque pays
 - 1.3.3. Études de cas: modèles de gestion et politiques publiques
- 1.4. Patrimoine naturel et culturel
 - 1.4.1. Patrimoine historique et culturel
 - 1.4.2. Sous-produits et services des musées, sites archéologiques et historiques et paysages culturels
 - 1.4.3. Patrimoine culturel immatériel
- 1.5. Arts visuels
 - 1.5.1. Arts visuels
 - 1.5.2. Photographie
 - 1.5.3. Artisanat
- 1.6. Arts de la scène
 - 1.6.1. Théâtre et danse
 - 1.6.2. Musique et festivals
 - 1.6.3. Fêtes et cirque
- 1.7. Médias audiovisuels
 - 1.7.1. Film, télévision et contenu audiovisuel
 - 1.7.2. Radio, podcasts et contenu audio
 - 1.7.3. Jeux vidéo
- 1.8. La publicité aujourd'hui
 - 1.8.1. Littérature, essais et poésie
 - 1.8.2. Maisons d'édition
 - 1.8.3. Presse

- 1.9. Services créatifs
 - 1.9.1. Design et mode
 - 1.9.2. Architecture et aménagement paysager
 - 1.9.3. Publicité
- 1.10. Connexions de l'économie créative ou de l'économie orange
 - 1.10.1. Modèle en cascade - cercles concentriques
 - 1.10.2. Les retombées en matière de créativité, de production et de connaissances
 - 1.10.3. La culture au service de l'économie créative

Module 2. Creative Branding: Communication et gestion créative de la marque

- 2.1. Brands and Branding
 - 2.1.1. Les marques
 - 2.1.2. Évolution du Branding
 - 2.1.3. Positionnement, personnalité de la marque, notoriété
- 2.2. Développement de la marque
 - 2.2.1. Marketing mix
 - 2.2.2. Architecture de la marque
 - 2.2.3. Identité de la marque
- 2.3. Expression de la marque
 - 2.3.1. Identité graphique
 - 2.3.2. Expression visuelle
 - 2.3.3. Autres éléments reflétant la marque
- 2.4. Communication
 - 2.4.1. Approche
 - 2.4.2. Brand Touchpoints
 - 2.4.3. Techniques et outils de communication
- 2.5. Brand Content
 - 2.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
 - 2.5.2. L'essor du contenu de marque
 - 2.5.3. Communiquer avec le public grâce à une narration unique
- 2.6. Visual Storytelling
 - 2.6.1. Analyse de la marque
 - 2.6.2. Concepts publicitaires créatifs
 - 2.6.3. Vente créative

- 2.7. Customer Experience
 - 2.7.1. Customer Experience (CX)
 - 2.7.2. Customer Journey
 - 2.7.3. Alignement de la marque et CX
- 2.8. Planification stratégique
 - 2.8.1. Objectifs
 - 2.8.2. Identification et Insights
 - 2.8.3. Conception de la stratégie
- 2.9. Performance
 - 2.9.1. Le Briefing
 - 2.9.2. Tactiques
 - 2.9.3. Plan de production
- 2.10. Évaluation
 - 2.10.1. Que faut-il évaluer?
 - 2.10.2. Comment évaluer? (outils de mesure)
 - 2.10.3. Communication des résultats

Module 3. Nouvelles stratégies du Marketing Digital

- 3.1. Technologie et publics
 - 3.1.1. La stratégie numérique et les différences entre les types d'utilisateurs
 - 3.1.2. Publics cibles, facteurs d'exclusion et générations
 - 3.1.3. Le Ideal Customer Profile (ICP) et la Buyer persona
- 3.2. Analyse numérique pour le diagnostic
 - 3.2.1. L'analyse en amont de la stratégie numérique
 - 3.2.2. Moment 0
 - 3.2.3. KPIs et métriques, typologies, classification selon les méthodologies.
- 3.3. E-entertainment: l'impact du commerce électronique sur l'industrie du divertissement
 - 3.3.1. Commerce électronique, typologies et plateformes
 - 3.3.2. L'importance de la conception de sites web: UX et UI
 - 3.3.3. Optimisation de l'espace en ligne: besoins minimaux
- 3.4. Social Media et Influencer Marketing
 - 3.4.1. Impact et évolution du Marketing de réseau
 - 3.4.2. Persuasion, clés du contenu et actions virales
 - 3.4.3. Planification des campagnes de Marketing social et Influencer Marketing

- 3.5. Mobile Marketing
 - 3.5.1. Utilisateur Mobile
 - 3.5.2. Web Mobile et Apps
 - 3.5.3. Actions Mobile Marketing
- 3.6. La publicité dans les environnements en ligne
 - 3.6.1. Publicité dans les médias sociaux et objectifs des Social Ads
 - 3.6.2. L'entonnoir de conversion ou entonnoir d'achat: catégories
 - 3.6.3. Plateformes de Social Ads
- 3.7. La méthodologie Inbound Marketing
 - 3.7.1. Social Selling, piliers fondamentaux et stratégie
 - 3.7.2. La plateforme CRM dans une stratégie numérique
 - 3.7.3. Le Inbound Marketing ou Marketing d'attraction: actions et référencement
- 3.8. Automatisation du Marketing
 - 3.8.1. Email Marketing et typologie de emails
 - 3.8.2. Automatisation du Email Marketing, applications, plateformes et avantages
 - 3.8.3. L'émergence du Bot & Chatbot Marketing: typologie et plateformes
- 3.9. Outils de gestion des données
 - 3.9.1. CRM en stratégie numérique, typologies et applications, plateformes et tendances
 - 3.9.2. Big Data: Big Data, Business Analytics et Business Intelligence
 - 3.9.3. Big Data, l'Intelligence Artificielle et le Data Science
- 3.10. Mesurer le rapport coût-efficacité
 - 3.10.1. ROI: la définition du ROI et ROI vs. ROAS
 - 3.10.2. Optimiser le retour sur investissement
 - 3.10.3. Chiffres 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

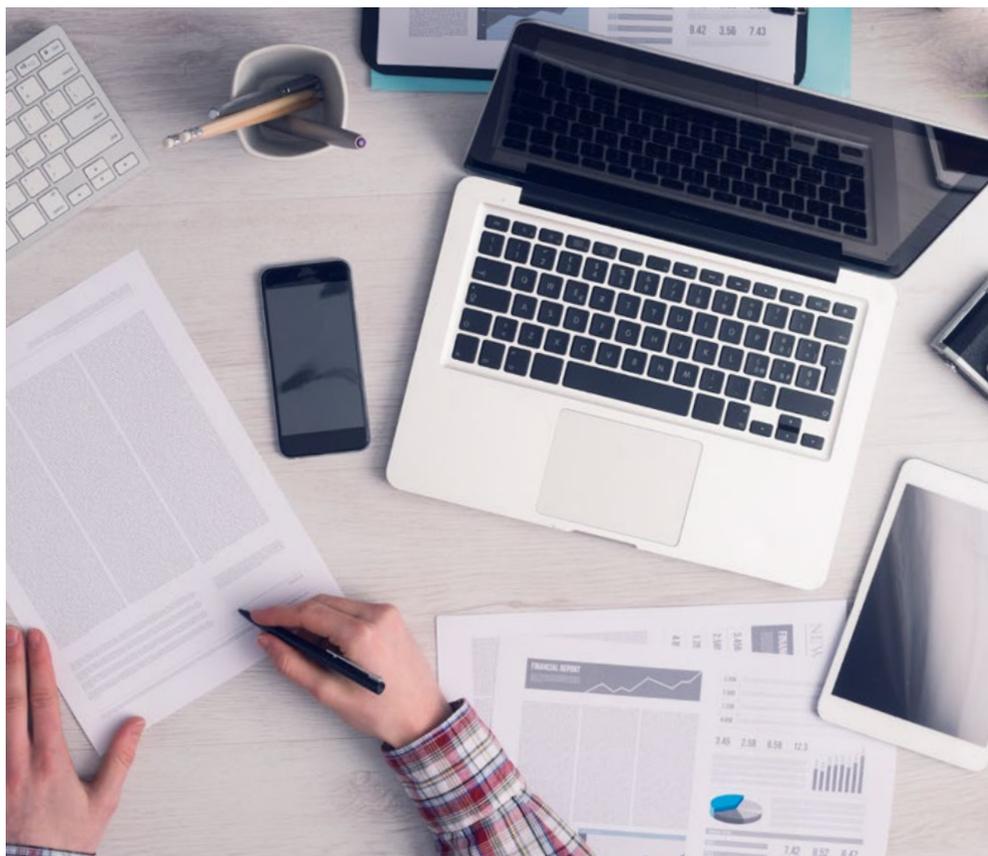
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

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.



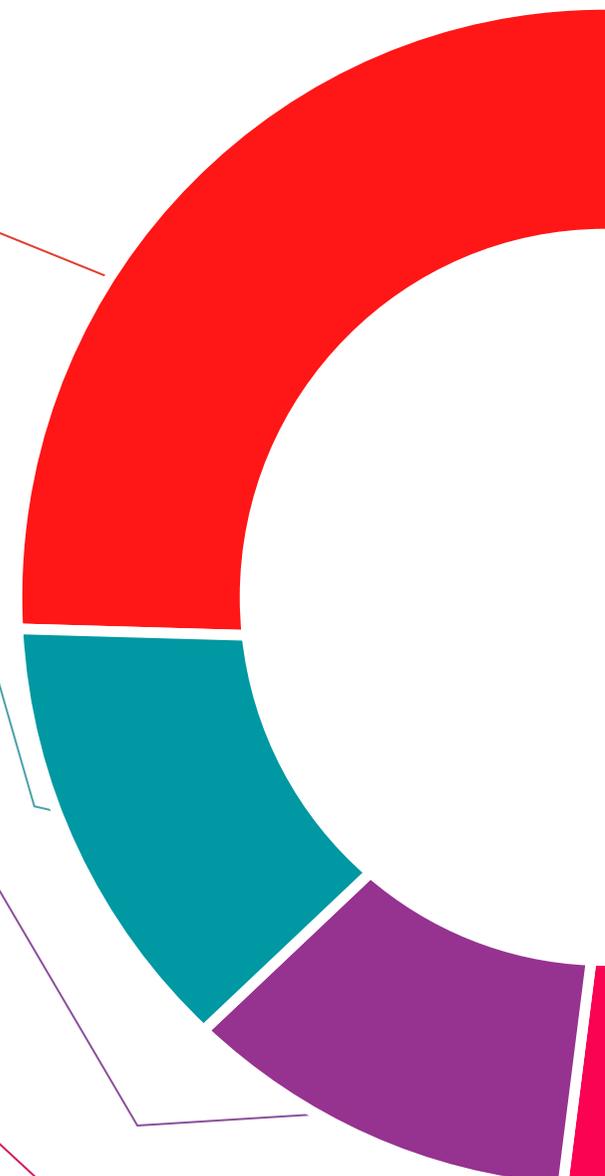
Pratiques en compétences et aptitudes

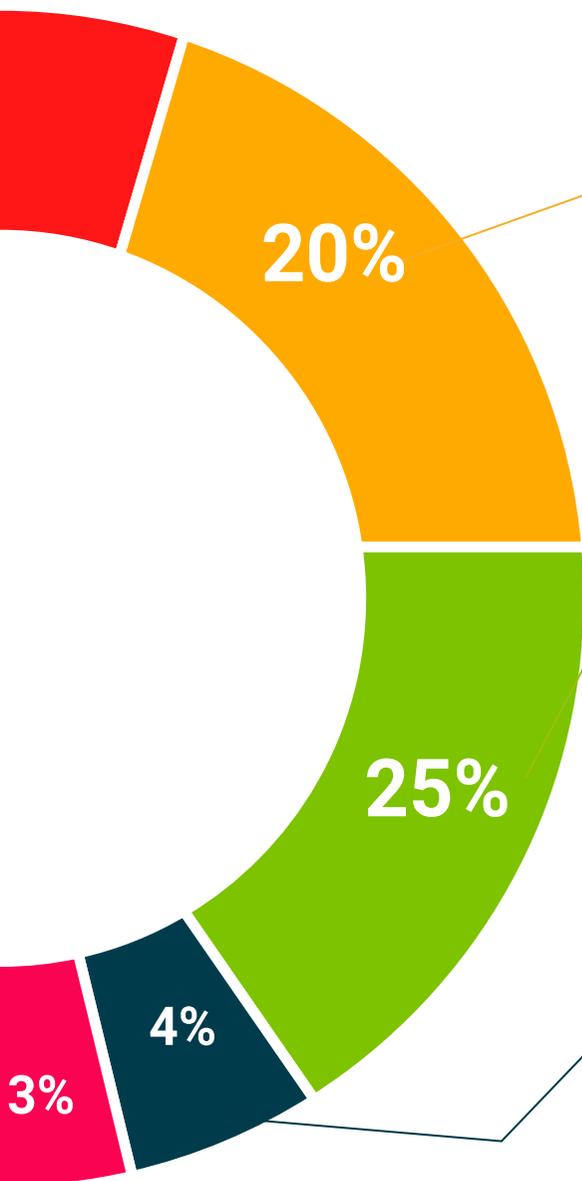
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



“

Réussissez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans déplacements ni formalités fastidieuses”

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

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

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

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication et Branding des Industries Créatives**
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

tech université
technologique

Certificat Avancé

Communication et Branding
des Industries Créatives

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

Certificat Avancé

Communication et Branding
des Industries Créatives

