

Certificat Avancé

Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés





Certificat Avancé

Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés

- » 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-communication-entreprise-gestion-marches

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

La communication d'Entreprise est l'ensemble des actions par lesquelles une entreprise communique avec ses différents publics. Avec cette formation de haut niveau, vous améliorerez la réputation d'une entreprise de communication, en apprenant à mettre en valeur ses avantages et ses atouts concurrentiels, sous une forme de Communication adaptée aux besoins de chaque activité.





“

Cette formation est la meilleure option que vous puissiez trouver pour vous spécialiser dans la Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés”

Dans un monde de plus en plus modernisé, les entreprises doivent se réinventer afin de se rapprocher de leur public. Les consommateurs attendent des entreprises qu'elles soient plus accessibles et ouvertes au dialogue, c'est pourquoi la Communication d'Entreprise joue un rôle de premier plan dans l'organisation.

Ce Certificat Avancé fournit aux étudiants des outils et des compétences spécifiques pour développer avec succès leur activité professionnelle dans le vaste domaine de la Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés. Il travaille sur des compétences clés telles que la connaissance de la réalité et de la pratique quotidienne des médias et développe la responsabilité dans le suivi et la supervision de leur travail, ainsi que les compétences de communication au sein de l'indispensable travail d'équipe.

Le programme est conçu pour fournir une formation en ligne équivalente à 450 heures d'études. Toutes les connaissances théoriques et pratiques sont présentées à travers des contenus multimédias de haute qualité, l'analyse de cas cliniques préparés par des experts, des mastère classes et des techniques vidéo qui permettent d'échanger des connaissances et des expériences, de maintenir et d'actualiser le niveau de Éducative de ses membres, de créer des protocoles d'action et de diffuser les évolutions les plus importantes dans le domaine.

Avec la formation en ligne, les étudiants pourront organiser leur temps et leur rythme d'apprentissage, en l'adaptant à leur emploi du temps, et pourront également accéder au contenu depuis n'importe quel ordinateur ou appareil mobile.

Ce **Certificat Avancé en Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés** 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 Gestion des Entreprises de Communication
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques pour réaliser le processus d'auto évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Elle met l'accent sur les méthodologies innovantes en matière de gestion des entreprises de communication
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder au contenu à partir de n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Ne manquez pas l'occasion de suivre ce Certificat Avancé en Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés avec nous. C'est l'occasion idéale de faire progresser votre carrière”

“

Ce Certificat Avancé est le meilleur investissement que vous puissiez faire en choisissant un programme de remise à niveau pour actualiser vos connaissances en Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés"

Le corps enseignant comprend des professionnels du domaine communication, qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, 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 professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du Certificat Avancé. Pour ce faire, le professionnel sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus et expérimentés dans la gestion des entreprises de communication.

Ce programme 100% en ligne vous permettra de combiner vos études avec votre travail professionnel tout en augmentant vos connaissances dans ce domaine.

Cette formation dispose du meilleur matériel didactique, ce qui vous permettra d'étudier d'une manière contextuelle qui facilitera votre apprentissage.



02

Objectifs

Le programme vise à faciliter la performance des professionnels dans ce domaine afin qu'ils puissent acquérir et apprendre les principales nouveautés dans le domaine de la communication.



“

C'est la meilleure option pour connaître les dernières avancées en matière de Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés"



Objectif général

- Former le professionnel des médias pour qu'il soit capable de gérer une grande entreprise, en acquérant les connaissances nécessaires dans chaque domaine de l'entreprise

“

Des objectifs réalistes conçus et planifiés pour qu'à la fin de la formation vous ayez acquis les connaissances nécessaires pour commencer à travailler dans ce domaine"





Objectifs spécifiques

Module 1. Communication stratégique et d'entreprise

- ♦ Connaître toutes les techniques de gestion d'une entreprise de communication
- ♦ Identifier les outils et les techniques pour la croissance de l'entreprise
- ♦ Connaître les canaux de communication au sein de l'entreprise, afin que les idées puissent être partagées immédiatement
- ♦ Réaliser un plan stratégique qui permette à la communication de créer un élan corporatif au sein du monde des affaires

Module 2. Environnements de marché et de Communication

- ♦ Savoir comment gérer la réputation de votre entreprise
- ♦ Créer des lignes directrices pour atteindre un public cible plus large
- ♦ Identifiez les marques et les enseignes qui souhaitent s'engager avec votre entreprise afin d'augmenter leurs ventes

Module 3. Gestion des marchés et des clients

- ♦ Identifier l'environnement de l'entreprise et le public auquel il s'adresse
- ♦ Connaissez le public cible du média et sachez quel type de directives sera généré
- ♦ Élaborer un guide pour faciliter la médiation entre les entreprises privées et les médias



...Y: TO FALL BACK



household

A connection dis...
esteem object we...
remove. So dear real on like...
for two families addition exp...
the. If sincerity he to curiosity...
Learn taken terms be as.
old. Scarcely mrs produced too removing new.
Lain knew like half she yet joy. Be than dull as
seen very shot. Attachmentye so am travelling
estimating his besides. Suitable settling over
attacks no doubtful feelings. Any over
attended such sold five but hung. Lose john
say bore same it case do year we. Full how way
poor some it case do year we. Full how way
even the sigh.

More...
an...



Nous disposons du meilleur corps enseignant pour vous aider à atteindre la réussite professionnelle"

Direction



Mme Iñesta Fernández, Noelia

- ♦ Journaliste et Social Media Manager
- ♦ Responsable de Communication (G. Greterika Imp-Exp)
- ♦ Responsable de Communication et Marketing (A. Corporate)
- ♦ Community Manager dans les PME de canal Horeca
- ♦ Rédacteur en chef des médias locaux
- ♦ Doctorat en Recherche sur les Médias
- ♦ Master en Social Media Management
- ♦ Diplôme de Journalisme
- ♦ Technicien Supérieur en Production Audiovisuelle



04

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par les meilleurs professionnels du domaine de la Gestion des Entreprises de Communication, dotés d'une grande expérience et d'un prestige reconnu dans la profession.



“

Ce Certificat Avancé en Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés contient le programme le scientifique plus complet et le plus actuel du marché”

Module 1. Communication stratégique et d'entreprise

- 1.1. La communication dans les organisations
 - 1.1.1. Organisations, personnes et société
 - 1.1.2. Évolution historique du comportement organisationnel
 - 1.1.3. Communication à double sens
- 1.2. Tendances de la communication d'entreprise
 - 1.2.1. Génération et distribution de contenu d'entreprise
 - 1.2.2. La communication d'entreprise sur le Web 2.0
 - 1.2.3. Mise en œuvre de métriques dans le processus de communication
- 1.3. Plan de Communication intégral
 - 1.3.1. Audit et diagnostic
 - 1.3.2. Élaboration du plan de communication
 - 1.3.3. Mesure des résultats: KPI et ROI
- 1.4. Communication interne
 - 1.4.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
 - 1.4.2. Instruments et supports de communication interne
 - 1.4.3. Le plan de communication interne
- 1.5. Communication externe
 - 1.5.1. Actions de communication externe
 - 1.5.2. La nécessité de disposer de bureaux de communication
- 1.6. Gestion de la réputation
 - 1.6.1. Gestion de la réputation des entreprises
 - 1.6.2. L'approche de la réputation de la marque
 - 1.6.3. Gestion de la réputation des dirigeants
- 1.7. Communication et réputation digitale.
 - 1.7.1. Rapport sur la réputation en ligne
 - 1.7.2. Étiquette et meilleures pratiques dans les réseaux sociaux
 - 1.7.3. *Branding* et *Networking* 2.0

- 1.8. La communication en situation de crise
 - 1.8.1. Définition et types de crise
 - 1.8.2. Phases de la crise
 - 1.8.3. Messages: contenu et calendrier
- 1.9. Lobbies et groupes de pression
 - 1.9.1. Groupes d'opinion et leurs activités dans les entreprises et les institutions
 - 1.9.2. Relations institutionnelles et *Lobbying*
 - 1.9.3. Domaines d'intervention, instruments réglementaires, stratégie et moyens de diffusion
- 1.10. Stratégie de la marque d'entreprise
 - 1.10.1. Image publique et *Stakeholders*
 - 1.10.2. Stratégie et gestion de l'image de *Marque* des entreprises
 - 1.10.3. Stratégie de communication d'entreprise alignée sur l'identité de la marque

Module 2. Environnements de marché et de Communication

- 2.1. Macro-environnement de l'entreprise
 - 2.1.1. Concept de macro-environnement
 - 2.1.2. Variables du macro-environnement
- 2.2. Micro-environnement de l'entreprise
 - 2.2.1. Approche de la notion de micro-environnement
 - 2.2.2. Acteurs du micro-environnement
- 2.3. Nouvel environnement concurrentiel
 - 2.3.1. Innovation technologique et impact économique
 - 2.3.2. Société de connaissance
 - 2.3.3. Le nouveau profil du consommateur
- 2.4. Connaître le marché et le consommateur
 - 2.4.1. Innovation ouverte (*Open Innovation*)
 - 2.4.2. Intelligence compétitive
 - 2.4.3. Économie compétitive

- 2.5. Le marché et les publics
 - 2.5.1. Profil des utilisateurs de médias
 - 2.5.2. Fragmentation de l'audience
- 2.6. Développement du plan de Marketing
 - 2.6.1. Concept du plan de Marketing
 - 2.6.2. Analyse et diagnostic de la situation
 - 2.6.3. Décisions stratégiques du Marketing
 - 2.6.4. Décisions de marketing opérationnel
- 2.7. Segmentation du marché
 - 2.7.1. Concept de la segmentation du marché
 - 2.7.2. Utilité et exigences de la segmentation
 - 2.7.3. Segmentation des marchés de consommation
 - 2.7.4. Segmentation des marchés industriels
 - 2.7.5. Stratégies de segmentation
 - 2.7.6. Segmentation sur la base des critères du Marketing-mix
- 2.8. Position Concurrentielle
 - 2.8.1. Concept de positionnement sur le marché
 - 2.8.2. Le Processus de positionnement
- 2.9. Segmentation commerciale
 - 2.9.1. Analyse des canaux de distribution, des zones de vente et des produits
 - 2.9.2. Préparation des zones commerciales
 - 2.9.3. Mise en œuvre du plan de visite
- 2.10. Responsabilité sociale des entreprises
 - 2.10.1. Engagement social
 - 2.10.2. Organisations durables
 - 2.10.3. L'éthique dans les organisations

Module 3. Gestion des marchés et des clients

- 3.1. *Marketing Management*
 - 3.1.1. Concept de *Marketing Management*
 - 3.1.2. Nouvelles réalités du Marketing
 - 3.1.3. Un nouveau marché: les capacités des consommateurs et des entreprises
 - 3.1.4. Orientation holistique de la MK
 - 3.1.5. Actualiser les 4 P du Marketing
 - 3.1.6. Tâches de la gestion de Marketing
- 3.2. Marketing relationnel
 - 3.2.1. Concept de Marketing relationnel
 - 3.2.2. Le client comme actif de l'entreprise
 - 3.2.3. La CRM comme outil de Marketing relationnel
- 3.3. *Data Base Marketing*
 - 3.3.1. Applications de *Data Base Marketing*
 - 3.3.2. Sources d'information
- 3.4. Types de comportement d'achat
 - 3.4.1. Processus de décision d'achat
 - 3.4.2. Les étapes dans le processus d'achats
 - 3.4.3. Types de comportement d'achat
 - 3.4.4. Caractéristiques des types de comportement d'achat
- 3.5. Le processus de fidélisation
 - 3.5.1. Connaissance exhaustive du Client
 - 3.5.2. Processus de fidélisation
 - 3.5.3. La valeur du Client
- 3.6. Sélection des clients cibles-CRM
 - 3.6.1. Conception d'un e-CRM
 - 3.6.2. Orientation vers le consommateur
 - 3.6.3. Planification 1 to 1





- 3.7. Gestion de projets de recherche
 - 3.7.1. Outils d'analyse de l'information
 - 3.7.2. Élaboration d'un plan de gestion des attentes
 - 3.7.3. Évaluation de la faisabilité du projet
- 3.8. Investigation du marché en ligne
 - 3.8.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne
 - 3.8.2. Outils dynamiques d'étude qualitative de la clientèle
- 3.9. Étude des publics traditionnels
 - 3.9.1. Origine de la mesure d'audience. Concepts de base
 - 3.9.2. Comment mesurer les audiences traditionnelles
 - 3.9.3. EGM et Kantar Media
- 3.10. Études d'audience sur Internet
 - 3.10.1. L'audience sociale
 - 3.10.2. Mesurer l'impact social: Tuitele
 - 3.10.3. Barlovento et IAB Espagne

“

*Cette formation vous permettra
de faire avancer votre carrière
de manière confortable”*

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 d'Entreprise et Gestion des Marchés 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.



“

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

Ce **Certificat Avancé en Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés** 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 d'Entreprise et Gestion des Marchés**

N.º d'Heures Officielles: **450 h.**





Certificat Avancé

Communication d'Entreprise et Gestion des Marchés

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

Certificat Avancé

Communication d'Entreprise
et Gestion des Marchés

A rolled-up newspaper is shown in the upper right corner of the image. The word 'PRESS' is printed in large, bold, black letters on the page that is partially unrolled. The background is a white surface with a diagonal orange-red gradient on the left side.

PRESS