

Certificat Avancé

Communication et Marketing





Certificat Avancé Communication et Marketing

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-communication-marketing

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 24

06

Diplôme

Page 32

01

Présentation

Le programme en Communication et Marketing est programme intensif qui vous prépare à relever défis et à prendre des décisions dans le domaine de la communication et du marketing. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.



“

La figure du manager droit, inflexible et autoritaire est devenue obsolète. Un nouveau profil a émergé, beaucoup plus en phase avec les nouvelles tendances et qui se distingue par sa maîtrise des technologies, son écoute active de ses travailleurs et son autocritique de son travail”

La publicité est l'une des possibilités offertes aux entreprises pour communiquer avec le marché et soutenir ainsi leurs objectifs de marketing. C'est la communication au service du marketing. En effet, toute organisation, pour se développer ou se maintenir, a besoin que son offre soit acceptée par le marché, entendu au sens le plus large du terme. Le département marketing s'occupe de concevoir des produits et des services qui répondent aux besoins de certains groupes de personnes, de les produire, de les faire accepter et de faire en sorte que les destinataires soient satisfaits au point de continuer à acheter des produits, à voter pour un certain programme ou à croire en ce que nous représentons.

La publicité est l'une des activités qui peuvent être entreprises pour faire connaître le produit. L'entreprise fait de la publicité lorsqu'elle a besoin de communiquer qui elle est et ce qu'elle offre à un groupe suffisamment important de personnes auxquelles elle s'intéresse, soit parce qu'elles peuvent acheter son produit, le consommer, le recommander ou simplement en parler.

Aujourd'hui, toute organisation doit savoir que la base de son activité est la relation avec ses clients, et doit donc s'en occuper en leur fournissant des produits et des services dans la quantité, la qualité et le temps dont ils ont besoin. Le marketing, c'est savoir que l'on ne peut faire du profit - et pas seulement financier - que si l'on satisfait leurs besoins.

Avec cette formation, vous obtiendrez toutes les clés pour comprendre le consommateur, innover dans le produit, concevoir des stratégies et de la créativité et planifier les moyens et les canaux des actions de marketing et de communication. En outre, une partie de ce contenu sera couverte dans une série de Masterclasses organisées par un prestigieux Directeur International Invité.

Le Certificat Avancé en Communication et Marketing vous offre une formation intégrée, exigeante et pratique pour découvrir de nouvelles voies professionnelles et comprendre les opportunités d'affaires en ligne de plus en plus dynamiques. Si vous êtes un professionnel dans le domaine de la communication et du marketing, c'est votre meilleure option pour devenir un expert capable de gérer et de rentabiliser n'importe quel projet.

Ce **Certificat Avancé en Communication et Marketing** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Communication d'Entreprise
- ♦ Les contenus graphiques, conçus schématiques et éminemment pratiques ils sont fournissent des informations scientifiques essentielles pour une pratique professionnelle de qualité
- ♦ Nouveautés en matière de communication d'entreprises
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Le système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision dans des situations de journalisme et de communication numérique
- ♦ 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



Ce programme vous offre l'opportunité unique d'apprendre dans le cadre de Masterclasses d'un expert international reconnu pour ses excellentes performances dans ce domaine

“

TECH vous offre le meilleur programme académique du marché en matière de Communication et Marketing. Il vous suffit d'être prêt à étudier”

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du journalisme et de la communication, qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra aux professionnels de bénéficier d'un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire d'un environnement simulé qui offrira un apprentissage immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel Le site étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. À cette fin, le professionnel sera assisté par un système vidéo interactif innovant, créé par des experts renommés ayant une grande expérience

Devenez un excellent journaliste et apprenez à travailler dans les bureaux de communication des entreprises de tous les secteurs avec un succès total.

La profession de journaliste s'est considérablement diversifiée ces dernières années. Aujourd'hui, l'une des possibilités de carrière les plus ouvertes se trouve dans le domaine de la communication d'entreprise.



02

Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Après le programme, vous serez en mesure de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.





“

L'expérience internationale, l'engagement éthique et le sens des affaires sont quelques-unes des caractéristiques les plus recherchées chez les managers de l'ère numérique”



Objectifs généraux

- ♦ Décrire comment intégrer Internet dans la stratégie de communication de marketing de l'organisation
- ♦ Décrire le rôle de la vente personnelle dans la communication marketing, ainsi que les bases de la gestion des relations et de l'intégration des efforts de communication
- ♦ Concevoir et mettre en œuvre les procédures de communication externe dont dispose l'entreprise: publicité, relations publiques, parrainage, marketing direct et interactif, promotion et vente personnelle
- ♦ Énumérez les processus de communication sur l'Internet et leurs différences par rapport à ceux qui ont lieu par le biais d'autres médias
- ♦ Expliquer l'importance de la marque en tant qu'actif stratégique et sa gestion dans les environnements conventionnels et numériques
- ♦ Analyser et évaluer l'importance des compétences de gestion pour le développement personnel et professionnel
- ♦ Développer des projets de communication marketing optimaux



Développez vos compétences pour devenir un scénariste polyvalent à l'avant-garde des dernières tendances





Objectifs spécifiques

Module 1. Compétences en matière de gestion

- ♦ Appliquer les processus créatifs au domaine de la communication d'entreprise
- ♦ Mettre en œuvre des mesures rigoureuses qui démontrent le retour de la gestion stratégique des actifs incorporels avec des indicateurs non financiers consolidés et un impact commercial direct sur l'entreprise
- ♦ Identifier les publics des médias Gérer efficacement le département de la communication de toute organisation dans tous ses aspects

Module 2. Marketing et communication

- ♦ Gérer la réputation de votre entreprise
- ♦ Utilisez les médias sociaux et l'e-mobile pour soutenir et révolutionner votre entreprise et utilisez ces outils pour atteindre des objectifs de publicité et de relations publiques

Module 3. Customer relationship management

- ♦ Développer des stratégies de gestion de la marque et de la réputation des entreprises en tant que ressources stratégiques pour la différenciation, la légitimité et l'excellence commerciale

Module 4. Stratégie de communication dans l'environnement numérique

- ♦ Être capable de concevoir un Plan de Médias Sociaux réussi, basé sur un calendrier et un budget
- ♦ Connaître les principaux outils numériques pour la création de stratégies

03

Direction de la formation

L'équipe pédagogique de ce Certificat Avancé est composée de professionnels expérimentés et hautement qualifiés dans les domaines de la communication et du Marketing. En fait, leurs connaissances étendues vont des stratégies de communication intégrées aux techniques de Marketing les plus avancées. Ces mentors associent leur expérience pratique à une solide formation théorique, ce qui permet aux diplômés d'acquérir une compréhension globale de la manière dont la communication et le Marketing sont imbriqués dans l'environnement commercial d'aujourd'hui. Ainsi, leur approche pédagogique se concentrera sur le développement des compétences nécessaires à la conception et à l'exécution de campagnes de Marketing efficaces qui génèrent de l'impact et de la valeur.



“

Les enseignants s'engagent à se tenir au courant des dernières tendances et technologies dans les deux domaines, garantissant ainsi que vous acquerrez des connaissances actualisées et pertinentes pour réussir dans l'industrie”

Directeur invité international

Wendy Thole-Muir, lauréate des « International Content Marketing Awards » pour sa créativité, son leadership et la qualité de son contenu informatif, est une Directrice de la Communication renommée et hautement spécialisée dans le domaine de la Gestion de la Réputation.

En ce sens, elle a développé une solide carrière professionnelle de plus de deux décennies dans ce domaine, qui l'a amenée à faire partie d'entités internationales de référence prestigieuses telles que Coca-Cola. Son rôle consiste à superviser et à gérer la communication d'entreprise, ainsi qu'à contrôler l'image de l'organisation. Parmi ses principales contributions, elle a dirigé la mise en œuvre de la plateforme d'interaction interne Yammer. Grâce à elle, les employés ont renforcé leur engagement envers la marque et créé une communauté qui a considérablement amélioré la transmission des informations.

En outre, elle a été chargée de gérer la communication des investissements stratégiques de l'entreprise dans différents pays d'Afrique. Elle a par exemple géré les dialogues autour d'investissements importants au Kenya, démontrant ainsi l'engagement des entités dans le développement économique et social du pays. En outre, elle a remporté de nombreux prix pour sa capacité à gérer la perception des entreprises sur tous les marchés où elle opère. De cette manière, elle a fait en sorte que les entreprises conservent un profil élevé et que les consommateurs les associent à une grande qualité.

En outre, dans son engagement ferme en faveur de l'excellence, elle a participé activement à des Conférences et Symposiums mondiaux de renom afin d'aider les professionnels de l'information à rester à la pointe des techniques les plus sophistiquées pour développer des plans de communication stratégique réussis. Ainsi, elle a aidé de nombreux experts à anticiper les situations de crise institutionnelle et à gérer efficacement les événements indésirables.



Mme Thole-Muir, Wendy

- ♦ Directrice de la Communication Stratégique et de la Réputation de l'Entreprise chez Coca-Cola, Afrique du Sud
- ♦ Responsable de la Réputation et de la Communication d'entreprise chez ABI à SABMiller de Lovania, Belgique
- ♦ Consultante en Communication chez ABI, Belgique
- ♦ Consultante en Réputation et en Communication chez Third Door à Gauteng, Afrique du Sud
- ♦ Master en Études du Comportement Social, Université d'Afrique du Sud
- ♦ Master en Arts avec spécialisation en Sociologie et Psychologie de l'Université d'Afrique du Sud
- ♦ Licence en Sciences Politiques et Sociologie Industrielle, Université de KwaZulu-Natal, Afrique du Sud
- ♦ Licence en Psychologie de l'Université d'Afrique du Sud

“

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

Direction



Dr González Fernández, Sara

- ♦ Spécialiste de la Communication Institutionnelle et Corporative dans plusieurs entreprises
- ♦ Éditrice Audiovisuelle à Castilla la Mancha Media
- ♦ Rédactrice au Centre Territorial de TVE Andalusia
- ♦ Rédactrice à la Radio Nationale d'Espagne
- ♦ Rédactrice au Diario JAÉN
- ♦ Doctorat en Communication de l'Université de Séville
- ♦ Master en Écriture de Scénarios, Narration et Créativité Audiovisuelle de l'Université de Séville
- ♦ Licence en Journalisme de l'Université de Séville
- ♦ Membre de: Association de la Presse de Séville et Fédération des Associations de Journalistes Espagnols



04

Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Communication et Marketing est un programme sur mesure qui est enseigné dans un format 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 9 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite la gestion communication dans l'environnement numérique.



“

Nous disposons du programme d'apprentissage le plus complet et le plus actuel du marché, qui vous permettra d'entrer dans un monde passionnant avec toutes les garanties de succès”

Module 1. Compétences en matière de gestion

- 1.1. Discours et formation de porte-parole
 - 1.1.1. Communication interpersonnelle
 - 1.1.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 1.1.3. Obstacles à la communication
- 1.2. Communication et leadership
 - 1.2.1. Leadership et styles de leadership
 - 1.2.2. Motivation
 - 1.2.3. Capacités et compétences du dirigeant 2.0
- 1.3. *Branding* personnel
 - 1.3.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
 - 1.3.2. Loi *branding* personal
 - 1.3.3. Outils de construction du Personal Branding
- 1.4. Gestion des équipes
 - 1.4.1. Groupes de travail et direction des réunions
 - 1.4.2. Gestion des processus de changement
 - 1.4.3. Gestion d'équipes multiculturelles
 - 1.4.4. *Coaching*
- 1.5. Négociation et résolution des conflits
 - 1.5.1. Techniques de négociation efficaces
 - 1.5.2. Conflits interpersonnels
 - 1.5.3. Négociation interculturelle
- 1.6. Intelligence émotionnelle
 - 1.6.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 1.6.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 1.6.3. Estime de soi et langage émotionnel
- 1.7. Capital relationnel: *coworking*
 - 1.7.1. Gestion du capital humain
 - 1.7.2. Analyse des performances
 - 1.7.3. Gestion de l'égalité et de la diversité
 - 1.7.4. L'innovation dans la gestion des personnes

- 1.8. Gestion du temps
 - 1.8.1. Planification, organisation et contrôle
 - 1.8.2. Méthodologie de gestion du temps
 - 1.8.3. Plans d'action
 - 1.8.4. Outils pour une gestion efficace du temps

Module 2. Marketing et communication

- 2.1. *Product placement* et *branded content*
 - 2.1.1. Formes uniques de communication et de placement de la marque
 - 2.1.2. Concepts, produits et services dans des médias conviviaux
- 2.2. Planification des médias numériques et contrats
 - 2.2.1. *Real time bidding*
 - 2.2.2. *Planification des campagnes digitales intégrées*
 - 2.2.3. *Tableau de bord du contrôle des investissements publicitaires*
- 2.3. Marketing promotionnel
 - 2.3.1. Promotion des consommateurs
 - 2.3.2. Force de vente, canal, point de vente et des promotions spéciales
 - 2.3.3. Succès et rentabilité des actions promotionnelles
- 2.4. Planification, exécution et mesure des campagnes SEM
 - 2.4.1. Marketing de moteur de recherche
 - 2.4.2. Conversion du trafic en trafic qualifié
 - 2.4.3. Gestion de projet SEM
- 2.5. Métriques et analyse des résultats des campagnes de publicité digitale
 - 2.5.1. Adservers
 - 2.5.2. Mesures traditionnelles et GrP digitales
 - 2.5.3. *Crossmedia* et interactions
- 2.6. *Display advertising*, *rich media* et publicité virale
 - 2.6.1. Médias, formats et supports
 - 2.6.2. L'entonnoir de conversion
 - 2.6.3. Buzz marketing et WOM



- 2.7. Mobile marketing, géolocalisation et internet TV
 - 2.7.1. Nouvelles applications du *marketing mobile*
 - 2.7.2. Géolocalisation
 - 2.7.3. Applications intégrant le web, le *geotagging* et mobile
- 2.8. Efficacité de la publicité
 - 2.8.1. Techniques de recherche et de tracking de campagnes
 - 2.8.2. Analyse efficace de la couverture et des fréquences
 - 2.8.3. Modèles de notoriété et de répartition dans le temps de la pression publicitaire

Module 3. *Customer relationship management*

- 3.1. CRM et marketing relationnel
 - 3.1.1. Philosophie d'entreprise ou orientation stratégique
 - 3.1.2. Identification et différenciation des clients
 - 3.1.3. L'entreprise et ses *stakeholders*
 - 3.1.4. *Clienting*
- 3.2. *Database marketing* y *customer relationship management*
 - 3.2.1. Applications du *Database marketing*
 - 3.2.2. *Lois et règlements*
 - 3.2.3. *Sources, stockage et traitement de l'information*
- 3.3. Psychologie et comportement du consommateur
 - 3.3.1. L'étude du comportement du consommateur
 - 3.3.2. Facteurs de consommation internes et externes
 - 3.3.3. Processus de décision du consommateur
 - 3.3.4. Consommation, société, marketing et éthique
- 3.4. *Marketing consumer centric*
 - 3.4.1. Segmentation
 - 3.4.2. Analyse de la rentabilité
 - 3.4.3. Stratégies de fidélisation de la clientèle
- 3.5. *Techniques du CRM management*
 - 3.5.1. Marketing direct
 - 3.5.2. Intégration multicanal
 - 3.5.3. Marketing viral

- 3.6. Avantages et dangers de la mise en œuvre de CRM
 - 3.6.1. CRM, ventes et coûts
 - 3.6.2. Satisfaction et fidélité des clients
 - 3.6.3. Mise en place technologique
 - 3.6.4. Erreurs de stratégie et de gestion

Module 4. Stratégie de communication dans l'environnement digital

- 4.1. Web 2.0 ou web social
 - 4.1.1. L'organisation à l'ère de la conversation
 - 4.1.2. Le Web 2.0, c'est les gens
 - 4.1.3. Environnement digital et nouveaux formats de communication
- 4.2. Communication et réputation digitale
 - 4.2.1. Rapport sur la réputation en ligne
 - 4.2.2. Netiquette et bonnes pratiques dans les réseaux sociaux
 - 4.2.3. *Branding* et *networking* 2.0
- 4.3. Conception et planification d'un plan de réputation en ligne
 - 4.3.2. Plan de réputation de la marque
 - 4.3.3. Métriques générales, ROI et CRM social
 - 4.3.4. Crise en ligne et SEO de réputation
- 4.4. Plateformes généralistes, professionnelles et microblogging
 - 4.4.1. Facebook
 - 4.4.2. LinkedIn
 - 4.4.3. Twitter
- 4.5. Plateformes vidéo, image et mobilité
 - 4.5.1. YouTube
 - 4.5.2. Instagram
 - 4.5.3. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 4.5.5. Pinterest
- 4.6. Stratégie de contenu et *storytelling*
 - 4.6.1. *Blogging* corporative
 - 4.6.2. Stratégie de marketing de contenu
 - 4.6.3. Création d'un plan de contenus
 - 4.6.4. Stratégie de curation de contenus





- 4.7. Stratégie de *médias sociaux*
 - 4.7.1. Relations publiques d'entreprise et social media
 - 4.7.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
 - 4.7.3. Analyse et évaluation des résultats
- 4.8. *Community management*
 - 4.8.1. Rôles, tâches et responsabilités du *Community manager*
 - 4.8.2. *Social media manager*
 - 4.8.3. *Social media strategist*
- 4.9. *Social media plan*
 - 4.9.1. Design d'un *plan de médias sociaux*
 - 4.9.2. *Calendrier, budget, attentes et suivi*
 - 4.9.3. *Protocole d'urgence en cas de crise*
- 4.10. Outils de surveillance en ligne
 - 4.10.1. Outils de gestion et applications de bureau
 - 4.10.2. Outils de surveillance et d'étude

“

Profitez de l'occasion pour vous informer sur les derniers développements dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne”

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.



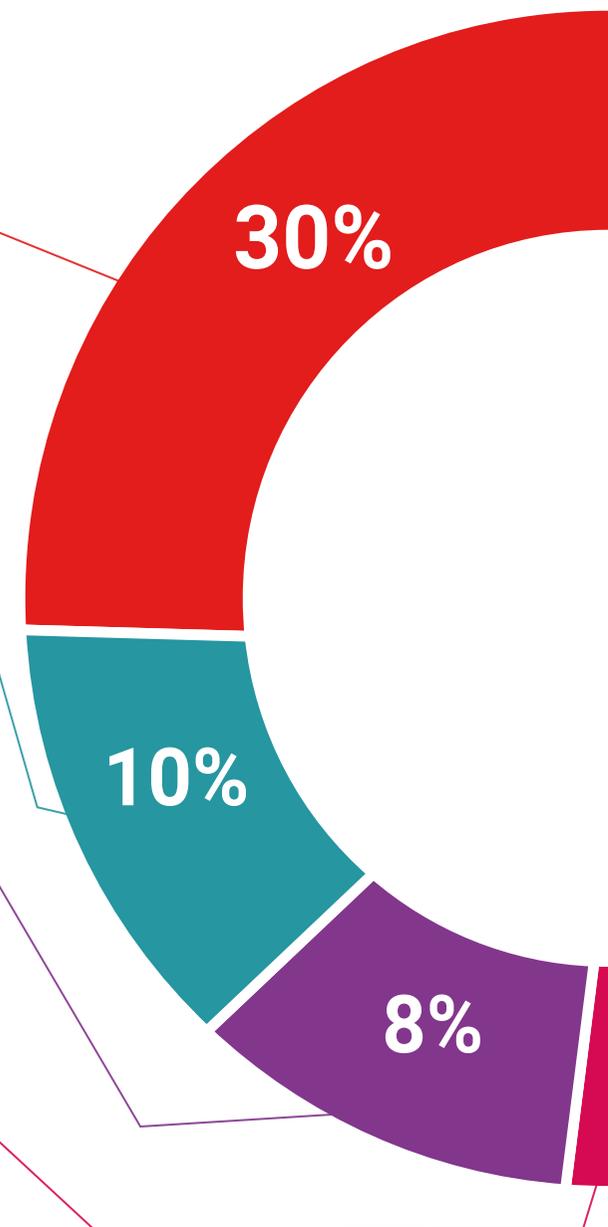
Pratiques en compétences et aptitudes

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 Marketing garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ou à passer par des procédures fastidieuses”

Ce **Certificat Avancé en Communication et Marketing** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication et Marketing**

Modalité: **en ligne**

Durée: **6 mois**



*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
Communication
et Marketing

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Communication et Marketing

