

Certificat Avancé Communication





Certificat Avancé Communication

- » 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

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 18

05

Diplôme

page 26

01

Présentation

La communication est essentielle dans le domaine de la publicité et des relations publiques, car les messages doivent présenter une série de caractéristiques spécifiques qui servent à persuader le public et à l'inciter à acheter. Ce programme a été conçu par TECH pour offrir aux étudiants les techniques et les outils de communication les plus récents, ainsi que les connaissances les plus avancées du secteur, qui seront fondamentales pour leur développement personnel et, surtout, professionnel. Un programme de grande qualité qui se distingue par son contenu complet et actualisé et par sa méthodologie d'apprentissage efficace.



“

Accédez à des postes pertinents dans le domaine de la communication en améliorant vos aptitudes et compétences grâce à ce Certificat Avancé”

Ce Certificat Avancé vise à fournir aux étudiants les outils et les connaissances nécessaires pour obtenir une vision globale et exhaustive de la Communication et pour comprendre le système des médias et sa structure dans le panorama mondial et son contexte global. Le programme abordera la configuration de la structure de communication globale composée des grands conglomérats médiatiques, des agences de presse, des groupes publicitaires et de l'industrie cinématographique. Ainsi, les étudiants étudieront qui fait partie du système médiatique et quelles entreprises participent à l'actionnariat des grandes sociétés de communication, ainsi que les politiques des organismes publics nationaux et transnationaux à l'égard des médias.

Pour sa part, la communication d'entreprise est devenue l'un des piliers les plus importants de toute société. Toutes les entités veulent être présentes dans les médias ou mieux communiquer avec leurs clients, leurs fournisseurs et leurs employés. Souvent, cet empressement à communiquer à tout prix ne suit aucune tactique pour atteindre une stratégie définie, mais implique une improvisation qu'une entreprise ne peut pas se permettre. Il est donc essentiel que les professionnels acquièrent une qualification supérieure dans ce domaine, leur permettant de maîtriser les principales techniques et outils de communication pour les mettre en pratique dans leur travail quotidien, ce qui leur permettra d'accéder à des postes pertinents.

À cette fin, ce programme offre également aux étudiants un aperçu détaillé de la pensée créative et de son application au domaine de la communication, ce qui leur permettra de comprendre et d'assimiler le processus créatif dans toute circonstance vitale, en accordant une attention particulière à la communication persuasive. L'objectif est d'offrir des théories et des techniques pour surmonter les préjugés, développer l'imagination et éveiller une attitude appropriée pour générer des idées originales dans n'importe quel domaine de la communication.

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

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



Apprenez à connaître les particularités de la Communication et devenez un expert dans le secteur"

“ *Ce programme vous apprendra à gérer les aspects fondamentaux de la communication* ”

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

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

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

Inscrivez-vous à ce Certificat Avancé en et bénéficiez d'un accès illimité à toutes ses ressources académiques.

L'utilisation de la télépratique vous donnera l'opportunité d'apprendre à travers une expérience immersive, ce qui vous permettra une intégration plus rapide et une vision beaucoup plus réaliste des contenus.



02 Objectifs

L'achèvement de ce Certificat Avancé en Communication de TECH Université Technologique permettra aux étudiants d'atteindre leurs objectifs académiques dans ce domaine, afin qu'ils puissent acquérir les connaissances nécessaires pour les transférer avec succès dans leur travail quotidien, ce qui sera un grand atout pour atteindre une amélioration professionnelle dans ce domaine. Sans aucun doute, un programme qui marquera un avant et un après dans la formation des étudiants.





INTERNATIONAL FEDERATION FOR
HUMAN RIGHTS

“

Si votre objectif est de réorienter votre formation vers de nouvelles voies de succès et de développement, c'est le Certificat Avancé en vous"

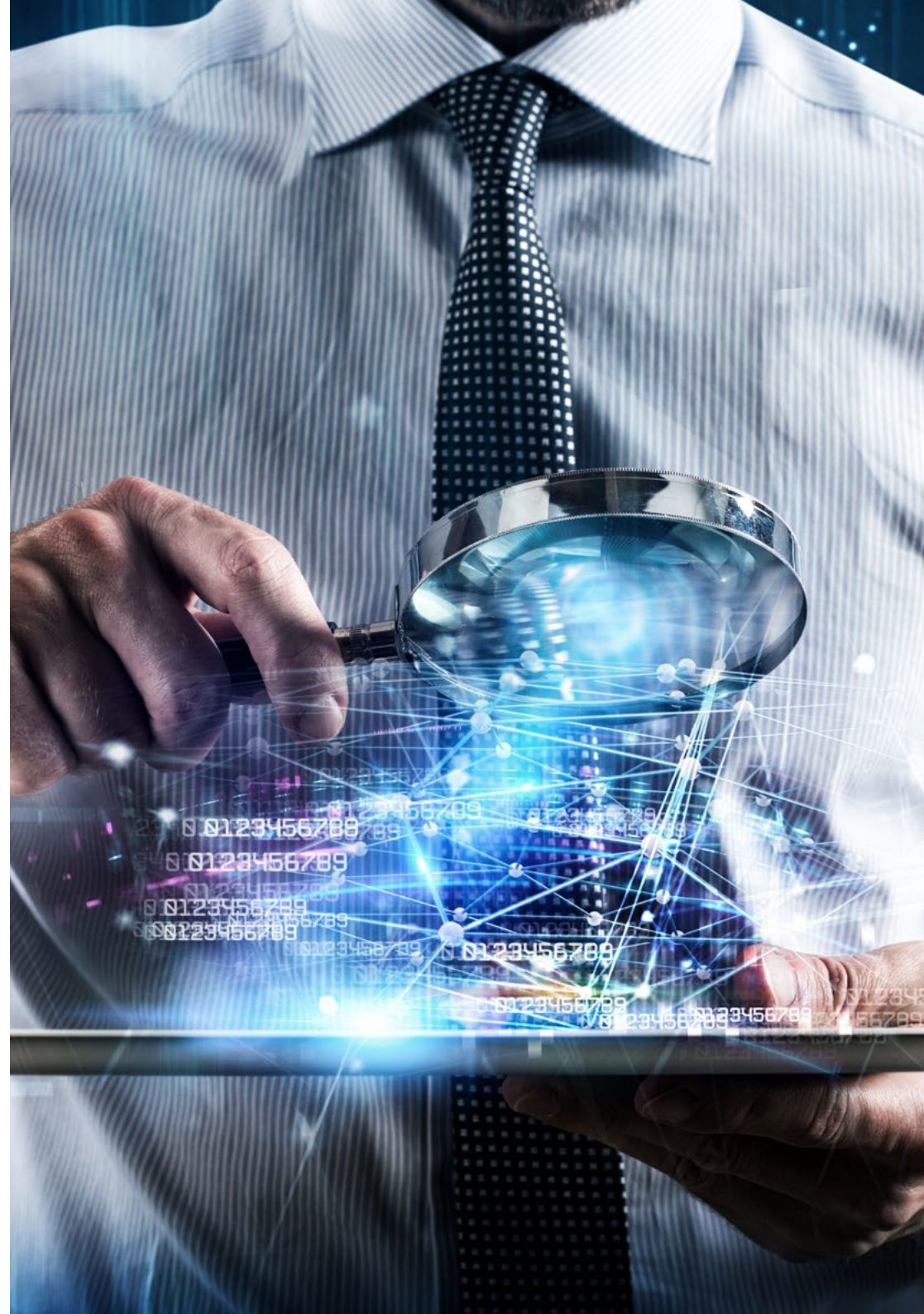


Objectif général

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

“

Atteignez vos objectifs académiques dans le domaine de la communication et développez-vous avec succès dans ce domaine”





Objectifs spécifiques

Module 1. Structure de la communication

- ♦ Être capable de comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu'elle joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques
- ♦ Avoir la capacité de contextualiser de manière adéquate les systèmes médiatiques et en particulier la structure de communication globale
- ♦ Savoir décrire les principaux courants de recherche en communication sociale, ainsi que leurs différents modèles: comportementaliste, fonctionnel, constructiviste et structuraliste
- ♦ Savoir définir le cadre d'action des grands groupes de médias et leurs processus de concentration

Module 2. Communication institutionnelle

- ♦ Connaître le service de communication au sein des entreprises et des institutions
- ♦ Appliquer les techniques nécessaires à la gestion d'un service de communication au sein des entreprises et des institutions
- ♦ Savoir organiser des événements dans les sphères privée et publique, en suivant les directives protocolaires
- ♦ Connaître les techniques de recherche de l'image de marque et savoir appliquer les outils de communication pour la gérer efficacement dans les entreprises et les organisations publiques
- ♦ Appliquer les outils d'analyse de l'identité et de la réputation des entreprises
- ♦ Analyser la nature et le fonctionnement des groupes d'intérêt et de pression dans les démocraties actuelles
- ♦ Comprendre l'importance des médias sociaux et de l'*e-mobile* en tant que révolution marketing et soutenir et utiliser ces outils pour atteindre les objectifs de publicité et de relations publiques

Module 3. La créativité dans la communication

- ♦ Connaître la structure et la transformation de la société actuelle en relation avec les éléments, les formes et les processus de la publicité et de la communication des relations publiques
- ♦ Encourager la créativité et la persuasion à travers différents médias et moyens de communication
- ♦ Connaître les éléments, les formes et les processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive
- ♦ Connaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques
- ♦ Connaissance des domaines de la publicité et des relations publiques ainsi que de leurs structures et processus organisationnels
- ♦ Identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle
- ♦ Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive

Module 4. Entreprise publicitaire et relations publiques

- ♦ Permettre aux étudiants d'établir un lien cohérent entre la publicité et les relations publiques et les autres sciences sociales et humaines
- ♦ Former l'étudiant à comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu'elle joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques
- ♦ Préparer les étudiants à identifier et à analyser les processus psychosociaux, cognitifs et émotionnels de la communication publicitaire et des relations publiques

03

Structure et contenu

Le contenu de ce Certificat Avancé a été élaboré par différents experts avec un objectif clair: faire en sorte que les étudiants acquièrent les compétences nécessaires pour devenir de véritables spécialistes en Communication et appliquer tout ce qu'ils apprennent dans leur travail quotidien. Un programme très complet et bien structuré qui portera la formation des étudiants aux plus hauts standards de qualité et de réussite, afin qu'ils puissent accéder à des postes pertinents dans le secteur de la publicité et des relations publiques.



“

Le programme est structuré en unités didactiques bien développées, qui vous permettront de réussir votre parcours académique dans le domaine de la communication”

Module 1. Structure de la communication

- 1.1. Théorie, concept et méthode de la structure de communication
 - 1.1.2. La méthode structuraliste
 - 1.1.3. Définition et objectif de la structure de communication
 - 1.1.4. Un guide pour l'analyse de la structure de la communication
- 1.2. Nouvel Ordre International de la Communication
 - 1.2.1. Contrôle et propriété de la communication
 - 1.2.2. Commercialisation de la communication
 - 1.2.3. Nouvel ordre international de la communication
- 1.3. Principales agences de presse
 - 1.3.1. Qu'est-ce qu'une agence de presse
 - 1.3.2. Informations et actualités. L'importance du journaliste
 - 1.3.3. Avant l'internet, les grands inconnus
 - 1.3.4. Une carte mondialisée. Du local au transnational
 - 1.3.5. Les agences de presse sont visibles grâce à l'internet
 - 1.3.6. Les grandes agences mondiales
- 1.4. L'industrie de la publicité et sa relation avec le système des médias
 - 1.4.1. Industrie de la publicité, industries de la conscience
 - 1.4.2. Industrie de la publicité, industries de la conscience
 - 1.4.3. Structure de l'industrie de la publicité
 - 1.4.4. Les médias et leur relation avec l'industrie de la publicité
 - 1.4.5. Réglementation et éthique de la publicité
- 1.5. Le cinéma et le marché de la culture et des loisirs
 - 1.5.1. Introduction
 - 1.5.2. La nature complexe du cinéma
 - 1.5.3. L'origine de l'industrie
 - 1.5.4. Hollywood, la capitale mondiale du cinéma
 - 1.5.5. Le pouvoir d'Hollywood
 - 1.5.6. Des Oscars de l'Hollywood doré *photocall* des nouvelles plateformes





- 1.6. Le pouvoir politique et les médias
 - 1.6.1. Influence des moyens de communication dans la formation de la société
 - 1.6.2. Médias et pouvoir politique
 - 1.6.3. Manipulation et pouvoir (politique)
- 1.7. Concentration des médias et politiques de communication
 - 1.7.1. Approche théorique des processus de croissance externe
 - 1.7.2. Politiques de concurrence et de communication dans l'Union européenne
- 1.8. Structure de la communication en Espagne
 - 1.8.1. Le secteur de la communication dans le cadre de l'activité économique espagnole
 - 1.8.2. Le marché de la communication
 - 1.8.3. La communication dans le système de production espagnol: entre concurrence parfaite et oligopole
 - 1.8.4. Le secteur public et le secteur privé de la communication en Espagne
 - 1.8.5. Principaux secteurs des médias sur le marché espagnol de l'information
 - 1.8.6. Structure de la télévision en Espagne
 - 1.8.7. La radio en Espagne
 - 1.8.8. Presse écrite et numérique
 - 1.8.9. Groupes de médias et suppléments
 - 1.8.10. Le déclin de la presse libre et l'émergence de la presse numérique
- 1.9. Structure de la communication en Espagne
 - 1.9.1. Introduction
 - 1.9.2. Approche historique
 - 1.9.3. Bipolarité du système médiatique hispano-américain
 - 1.9.4. Les médias hispaniques aux États-Unis
- 1.10. Une vision prospective de la structure de la communication et du journalisme
 - 1.10.1. La numérisation et la nouvelle structure des médias
 - 1.10.2. La structure de la communication dans les pays démocratiques

Module 2. Communication institutionnelle

- 2.1. Gestion de la communication
- 2.2. Éthique culture et valeurs
- 2.3. Identité et image de marque
- 2.4. Publicité et communication
- 2.5. Communication digitale
- 2.6. Gestion des événements
- 2.7. Parrainage et mécénat
- 2.8. Lobbies
- 2.9. Communication interne
- 2.10. Crise
- 2.11. Communication financière
- 2.12. Étiquette commerciale

Module 3. La créativité dans la communication

- 3.1. Créer, c'est penser
 - 3.1.1. L'art de penser
 - 3.1.2. Pensée créative et créativité
 - 3.1.3. La pensée et le cerveau
 - 3.1.4. Les axes de recherche sur la créativité: systématisation
- 3.2. Nature du processus de création
 - 3.2.1. La nature de la créativité
 - 3.2.2. La notion de créativité: création et créativité
 - 3.2.3. La création d'idées au service de la communication persuasive
 - 3.2.4. La nature du processus créatif dans la publicité
- 3.3. Invention
 - 3.3.1. Évolution et analyse historique du processus de création
 - 3.3.2. Nature du canon classique de l'invention
 - 3.3.3. La vision classique de l'inspiration dans l'origine des idées
 - 3.3.4. Invention, inspiration, persuasion
- 3.4. Rhétorique et communication persuasive
 - 3.4.1. Rhétorique et publicité
 - 3.4.2. Les parties rhétoriques de la communication persuasive
 - 3.4.3. Figures rhétoriques
 - 3.4.4. Lois rhétoriques et fonctions rhétoriques du langage publicitaire
- 3.5. Comportement et personnalité créative
 - 3.5.1. La créativité comme caractéristique personnelle, comme produit et comme processus
 - 3.5.2. Comportement créatif et motivation
 - 3.5.3. Perception et pensée créative
 - 3.5.4. Les éléments de la créativité
- 3.6. Compétences et capacités créatives
 - 3.6.1. Systèmes de pensée et modèles d'intelligence créative
 - 3.6.2. Le modèle tridimensionnel de Guilford de la structure de l'intellect
 - 3.6.3. Interaction entre les facteurs et les capacités de l'intellect
 - 3.6.4. Compétences créatives
 - 3.6.5. Capacités créatives
- 3.7. Les phases du processus de création
 - 3.7.1. La créativité en tant que processus
 - 3.7.2. Les phases du processus de création
 - 3.7.3. Les phases du processus créatif dans la publicité
- 3.8. Résolution de problèmes
 - 3.8.1. Créativité et résolution de problèmes
 - 3.8.2. Blocs perceptuels et blocages émotionnels
 - 3.8.3. Méthodologie de l'invention: programmes et méthodes de création
- 3.9. Méthodes de pensée créative
 - 3.9.1. Le *brainstorming* comme modèle de création d'idées
 - 3.9.2. Pensée verticale et pensée latérale
- 3.10. Créativité et communication publicitaire
 - 3.10.1. Le processus de création comme produit spécifique de la communication publicitaire
 - 3.10.2. La nature du processus créatif dans la publicité: la créativité et le processus créatif dans la publicité
 - 3.10.3. Principes méthodologiques et effets de la création publicitaire
 - 3.10.4. Création publicitaire: du problème à la solution
 - 3.10.5. Créativité et communication persuasive

Module 4. Introduction à la Psychologie de la Communication

- 4.1. Histoire de la psychologie
 - 4.1.1. Nous commençons par l'étude de la psychologie
 - 4.1.2. La science en évolution. Changements historiques et paradigmatiques
 - 4.1.3. Paradigmes et étapes en psychologie
 - 4.1.4. Sciences cognitives
- 4.2. Introduction à la psychologie sociale
 - 4.2.1. Se lancer dans l'étude de la psychologie sociale: l'influence
 - 4.2.2. Empathie, altruisme et comportement d'aide
- 4.3. Cognition sociale: traitement de l'information sociale
 - 4.3.1. Penser et savoir, besoins vitaux
 - 4.3.2. Cognition sociale
 - 4.3.3. Organiser l'information
 - 4.3.4. Pensée: prototypique ou catégorique
 - 4.3.5. Les erreurs que nous commettons en réfléchissant: les biais d'inférence
 - 4.3.6. Traitement automatique de l'information
- 4.4. Psychologie de la personnalité
 - 4.4.1. Qu'est-ce que le soi? Identité et personnalité
 - 4.4.2. Conscience de soi
 - 4.4.3. L'estime de soi
 - 4.4.4. Conscience de soi
 - 4.4.5. Les variables interpersonnelles dans la configuration de la personnalité
 - 4.4.6. Les variables macro-sociales dans la configuration de la personnalité
- 4.5. Les émotions
 - 4.5.1. De quoi parle-t-on quand on est ému?
 - 4.5.2. La nature des émotions
 - 4.5.3. Émotions et personnalité
 - 4.5.4. D'un autre point de vue. Les émotions sociales
- 4.6. Psychologie de la communication. Persuasion et changement d'attitude
 - 4.6.1. Introduction à la Psychologie de la Communication
 - 4.6.2. Attitudes
 - 4.6.3. Modèles historiques dans l'étude de la communication persuasive
 - 4.6.4. Le modèle de probabilité d'élaboration (ELM)
 - 4.6.5. Processus de communication avec les médias
- 4.7. L'expéditeur
 - 4.7.1. La source de la communication persuasive
 - 4.7.2. Caractéristiques de la source. Crédibilité
 - 4.7.3. Caractéristiques de la source. Attractivité
 - 4.7.4. Caractéristiques de l'expéditeur. Puissance
 - 4.7.5. Les processus de la communication persuasive. Mécanismes basés sur la cognition primaire
- 4.8. Le message
 - 4.8.1. Nous commençons par examiner la composition du message
 - 4.8.2. Types de messages: messages rationnels et messages émotionnels
 - 4.8.3. Messages émotionnels et communication: les messages qui suscitent la peur
 - 4.8.4. Messages et communication rationnels
- 4.9. Le récepteur
 - 4.9.1. Le rôle du récepteur selon le modèle de probabilité d'élaboration
 - 4.9.2. Besoins et motivations du récepteur: leur impact sur le changement d'attitude
- 4.10. Nouvelles perspectives dans l'étude de la communication
 - 4.10.1. Traitement non-conscient de l'information. Processus automatiques
 - 4.10.2. Mesure des processus automatiques dans la communication
 - 4.10.3. Premiers pas vers de nouveaux paradigmes
 - 4.10.4. Théories des systèmes à double traitement



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

04

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

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

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



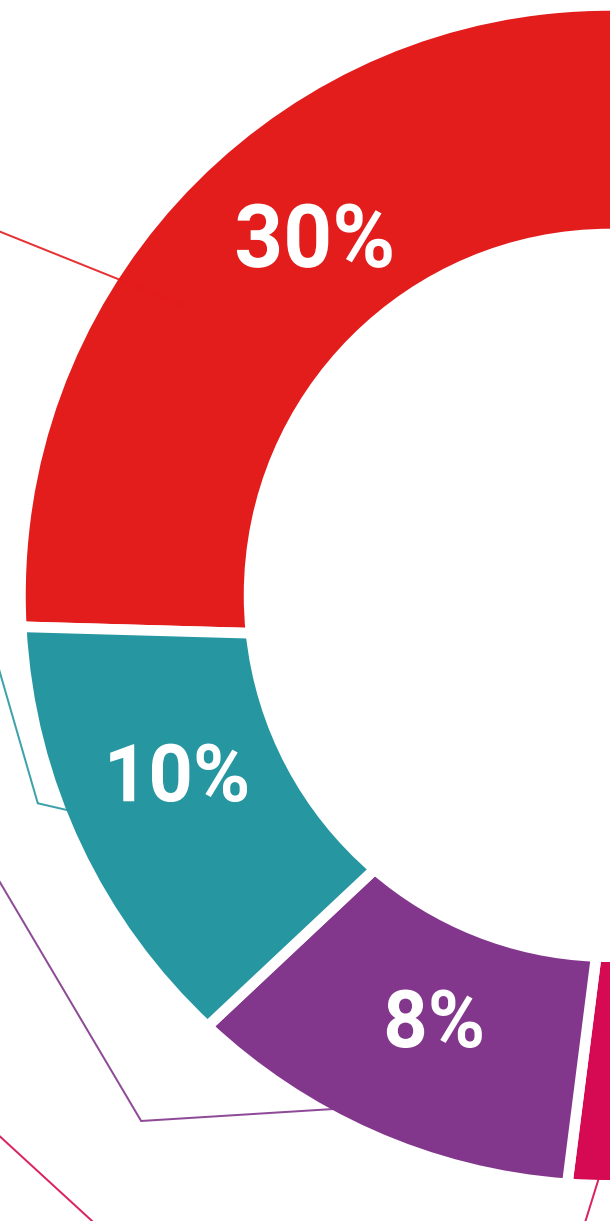
Pratiques en compétences et aptitudes

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



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



05 Diplôme

Le Certificat Avancé en Communication 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.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie”

Ce **Certificat Avancé en Communication** 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**
N° d'heures officielles: **600 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 instituts

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé Communication

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

Certificat Avancé Communication

