

Certificat Avancé

Création d'Annonces et Communication Publicitaire



tech université
technologique

Certificat Avancé Création d'Annonces et Communication Publicitaire

- » 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-creation-annonces-communication-publicitaire

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

Avec l'avancée des nouvelles technologies et l'utilisation d'internet, les entreprises ont été contraintes d'explorer de nouvelles voies pour faire connaître leurs produits. Par conséquent, de plus en plus d'institutions exigent l'incorporation de travailleurs innovants. En ce sens, les professionnels de la communication doivent relever le défi de développer des stratégies créatives pour attirer davantage l'attention des consommateurs et se différencier de leurs concurrents. Dans ce contexte, TECH propose un programme révolutionnaire qui comprend les clés pour transmettre des messages de manière efficace et garantir le succès des campagnes publicitaires. De plus, ses ressources 100% en ligne permettent à l'étudiant de suivre le cours confortablement, uniquement avec un appareil disposant d'un accès à internet.





“

Avec TECH, vous maîtriserez les meilleures stratégies créatives pour entrer en contact avec les consommateurs de manière efficace”

L'un des principaux défis de la publicité est de faire preuve de créativité dans une société où tout semble avoir été inventé. D'où la nécessité pour les organisations de mettre en œuvre des stratégies visant à attirer l'intérêt des utilisateurs et à se différencier de la concurrence. Dans cette optique, les spécialistes de ce secteur ont pour mission d'innover grâce à des techniques capables de persuader et de surprendre les consommateurs.

Conscient de cette réalité, TECH a mis en place un programme d'études innovant qui sert de guide aux étudiants pour développer des campagnes publicitaires réussies. Pour ce faire, les techniques les plus avancées dans des domaines tels que la publicité et le marketing sont étudiées. Il souligne également l'importance de connaître la cible et d'analyser les données du public cible afin de détecter ses besoins ou de comprendre son mode d'action. En outre, des lignes directrices sont données pour la création d'un contenu percutant basé à la fois sur des récits émotionnels et sur un contenu visuel accrocheur. Il examine également les étapes du développement d'une marque personnelle appropriée dans un environnement numérique en constante évolution.

D'autre part, les ressources académiques de ce programme ont été élaborées par un groupe d'enseignants possédant une vaste expérience professionnelle. Grâce à celle-ci, ils apportent au programme les connaissances les plus récentes et les dernières techniques publicitaires.

En outre, le diplôme universitaire a une méthodologie 100% en ligne, ce qui permet aux diplômés de suivre le programme confortablement, car pour l'analyse de son contenu, ils n'auront besoin que d'un appareil avec accès à Internet. Parallèlement, le programme d'études s'appuie sur le système d'enseignement innovant du *Relearning*: une méthode qui permet de maîtriser des concepts complexes en les répétant de manière continue et progressive. En même temps, il introduit des situations réelles dans le processus d'apprentissage afin que les compétences soient acquises de manière naturelle, sans effort supplémentaire de mémorisation.

Ce **Certificat Avancé en Création d'Annonces et Communication Publicitaire** 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 Créations d'Annonces et Communication Publicitaire
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique de l'ouvrage fournit des informations actualisées et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur des méthodologies innovantes
- ♦ 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 permettra d'exploiter votre créativité et de concevoir des publicités innovantes pour vous démarquer dans le secteur de la publicité"

“

Grâce à ce programme, vous en saurez plus sur la manière d'influencer les désirs et les besoins des consommateurs”

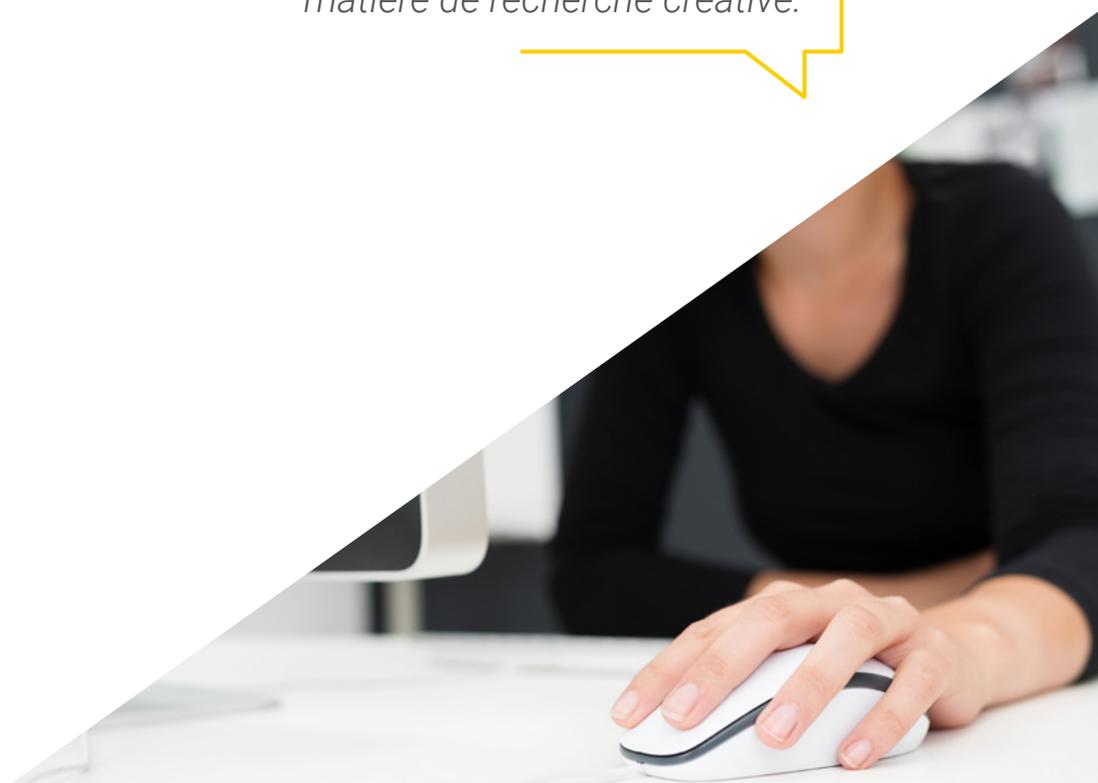
Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

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, selon lequel le professionnel devra essayer de résoudre différentes situations de la pratique professionnelle qui se présenteront à lui tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Avec TECH, vous vous plongerez dans la publicité gratuite et ferez en sorte que les marques deviennent des actualités.

Grâce à cette formation, vous serez au fait des nouvelles tendances en matière de recherche créative.



02

Objectifs

Grâce à ce Certificat Avancé, les étudiants seront en mesure de mettre en œuvre des stratégies créatives dans les publicités. Ainsi, les diplômés innoveront sur le marché pour capter davantage l'attention des utilisateurs et pourront se différencier de la concurrence. Pour atteindre cet objectif, le parcours académique s'appuie sur un corps enseignant spécialisé dans le secteur de la publicité. Ainsi, les étudiants seront aptes à concevoir des plans de communication d'avant-garde qui leur permettront de se démarquer dans un secteur qui offre de nombreuses opportunités d'emploi.



“

Grâce à TECH, vous serez en mesure de mettre en œuvre des techniques créatives dans les publicités qui attireront et fidéliseront les consommateurs”



Objectifs généraux

- ♦ Acquérir une connaissance approfondie des nouveaux projets de valeur pour la communication commerciale
- ♦ Développer des compétences en communication créative pour améliorer la relation entre la marque et le consommateur
- ♦ Montrer la vision de la créativité en tant qu'agent de collaboration dans le développement de la communication
- ♦ Permettre au professionnel, grâce aux compétences nécessaires, d'améliorer la résolution des problèmes et de développer les compétences professionnelles essentielles
- ♦ Connaître en profondeur la relation entre le créatif et le reste des agents qui participent à la gestation de la communication commerciale
- ♦ Montrer et évaluer les nouvelles tendances que les professionnels de ce secteur rencontreront aujourd'hui et à l'avenir

“

Vous libérerez votre créativité et mènerez des campagnes réussies pour les entreprises les plus prestigieuses grâce à TECH”





Objectifs spécifiques

Module 1. Comment créer des publicités

- ♦ Expliquer le fonctionnement de la pensée créative en matière de publicité et son importance stratégique
- ♦ Analyser en détail le public cible et l'utilisation de l'*insight* dans la publicité
- ♦ Comprendre comment le message publicitaire est structuré
- ♦ Explorer les différents espaces de créativité dans la communication
- ♦ Souligner l'importance de la direction artistique et de sa mise en œuvre tout en respectant le style de la marque
- ♦ Entrevoir l'avenir de la recherche créative

Module 2. Comment créer une marque

- ♦ Analyser les modèles psychologiques de la publicité
- ♦ Explorer les courants créatifs en matière de publicité
- ♦ Expliquer l'importance et l'utilité de l'image de marque
- ♦ Aborder les concepts clés de la création d'une marque
- ♦ Présenter les étapes logiques de la création d'une marque
- ♦ Montrer les différences entre le *claim* et un slogan
- ♦ Analyser la créativité dans la planification des médias
- ♦ Découvrir le contexte actuel de l'image de marque

Module 3. Image de marque personnelle et campagnes politiques

- ♦ Étudier l'image de marque personnelle et les stratégies appliquées aux campagnes politiques
- ♦ Explorer l'importance de l'image de marque personnelle et la manière de la promouvoir de manière créative
- ♦ Approfondir les stratégies de développement de la marque personnelle
- ♦ Aborder des stratégies créatives de mise en réseau
- ♦ Apprendre à planifier des campagnes politiques
- ♦ Apprendre à connaître les habiletés du candidat

03

Direction de la formation

L'un des principaux objectifs de TECH est d'offrir des programmes basés sur l'excellence. C'est pourquoi elle a intégré dans ce programme les meilleurs professionnels du secteur de la publicité. Ainsi, ce Certificat Avancé dispose d'un corps enseignant doté d'une vaste expérience professionnelle dans ce domaine. Grâce à leurs connaissances et à leurs compétences, des ressources didactiques ont été créées, fournissant les techniques optimales pour promouvoir la créativité au cours du processus publicitaire.





“

Chez TECH, vous élargirez vos connaissances avec l'aide d'un corps enseignant prestigieux qui garantit un apprentissage efficace”

Direction



M. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Directeur Créatif chez El Factor H
- ♦ Directeur Marketing chez La Ibense
- ♦ Directeur Créatif d'Évènements chez Beon Worldwide
- ♦ Directeur de *Branded Content* chez Atrium Digital et Mettre
- ♦ Directeur Créatif du Groupe de Communication du Sud, BSB et chez FCA BMZ Cid
- ♦ Chargé de Cours dans le cadre du Master en Gestion de la Communication d'Entreprise et Institutionnelle de l'Université de Séville
- ♦ Co-auteur du livre *Comment créer une marque. Manuel d'utilisation et gestion*



04

Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Création d'Annonces et Communication Publicitaire propose un programme complet composé de 3 modules. Ainsi, ce cursus dynamique permet aux étudiants d'élargir leurs connaissances pour faire un saut qualitatif dans leur profession. Ainsi, les diplômés acquièrent les compétences pour mettre en œuvre des actions créatives visant à capter l'intérêt de différents publics. Ils ont ainsi la possibilité de rejoindre les institutions les plus prestigieuses pour mener des campagnes de communication réussies.





“

Grâce au programme de TECH, vous appliquerez des processus créatifs au secteur de la communication et rejoindrez les entreprises les plus renommées”

Module 1. Comment créer des publicités

- 1.1. Comment pense un créatif publicitaire
 - 1.1.1. Comment pense-t-il naturellement?
 - 1.1.2. Comment pense-t-il professionnellement?
 - 1.1.3. Conclusions
- 1.2. L'importance de la stratégie ciblée
 - 1.2.1. La motivation essentielle
 - 1.2.2. Avantages de connaître la cible
 - 1.2.3. Comment analyser les données du public objectif
 - 1.2.4. L'insight en publicité
- 1.3. Comment structurer le message
 - 1.3.1. Axe de communication
 - 1.3.2. Concept de communication
 - 1.3.3. Schéma de transmission
- 1.4. Où créer en communication
 - 1.4.1. Le nom
 - 1.4.2. Le titulaire
 - 1.4.3. Le spot
 - 1.4.4. Le spot radio
 - 1.4.5. Publicité extérieure
 - 1.4.6. Autres
- 1.5. Direction artistique
 - 1.5.1. Combien d'éléments
 - 1.5.2. Hiérarchie de taille
 - 1.5.3. Copier?
 - 1.5.4. Économiser
 - 1.5.5. Style de la marque
 - 1.5.6. L'évidence
 - 1.5.7. S'il ne contribue pas, etc.
- 1.6. Techniques créatives
 - 1.6.1. Les clés de la publicité
 - 1.6.2. Genres et styles publicitaires
 - 1.6.3. Conclusions



- 1.7. Comment créer *publicity*
 - 1.7.1. Comment obtenir de la publicité gratuite
 - 1.7.2. Comment faire en sorte qu'une marque devienne une actualité
 - 1.7.3. Conclusions
- 1.8. Créativité numérique
 - 1.8.1. Créativité numérique
 - 1.8.2. Publicité numérique
 - 1.8.3. Conclusions
- 1.9. Comment créer des publicités créatives
 - 1.9.1. Un concept visuel impactant
 - 1.9.2. Un texte émotif
 - 1.9.3. Surprendre!
 - 1.9.4. Types de créativité
 - 1.9.5. Essayez et améliorez
- 1.10. L'avenir de la recherche créative
 - 1.10.1. Intelligence artificielle
 - 1.10.2. Réalité virtuelle et réalité augmentée
 - 1.10.3. Collaboration en ligne
 - 1.10.4. Recherche basée sur des données

Module 2. Comment créer une marque

- 2.1. Les modèles psychologiques de la publicité
 - 2.1.1. Modèle Henry Joanis
 - 2.1.2. Modèle Fishbein
 - 2.1.3. Modèle Rosser Reeves
 - 2.1.4. Modèle David Ogilvy
- 2.2. Courants créatifs dans la publicité
 - 2.2.1. USP
 - 2.2.2. L'image de marque
 - 2.2.3. Les valeurs permanentes
 - 2.2.4. La publicité spectacle
 - 2.2.5. La transgression des codes
 - 2.2.6. L'attraction du contenu
- 2.3. À quoi sert une marque?
 - 2.3.1. Utilités
 - 2.3.2. Comment créer un besoin
 - 2.3.3. Différence entre logo et marque
 - 2.3.4. L'origine des marques
 - 2.3.5. Brand Wheel
 - 2.3.6. Positionnement de la marque
 - 2.3.7. Quand naît une marque
 - 2.3.8. Marque, la différence
 - 2.3.9. La créativité est un luxe
- 2.4. L'échelle logique de la construction d'une marque
 - 2.4.1. Le nom
 - 2.4.2. Attributs
 - 2.4.3. Bénéfices
 - 2.4.4. Groupe
 - 2.4.5. Porte-parole
 - 2.4.6. Rôle
- 2.5. Le *claim* et le slogan
 - 2.5.1. Différences entre *claim* et slogan
 - 2.5.2. Le *claim* et le slogan comme argument de vente
 - 2.5.3. *Claims* ou slogans pour créer du contenu
- 2.6. La stratégie créative
 - 2.6.1. La stratégie publicitaire avec une approche créative
 - 2.6.2. Comment être créatif dans la stratégie
 - 2.6.3. Stratégies créatives utilisées dans le domaine de la publicité et du marketing
 - 2.6.4. Différences entre la stratégie marketing et la stratégie publicitaire
- 2.7. Stratégies de contenus créatives
 - 2.7.1. Contenu généré par les utilisateurs
 - 2.7.2. Influencer Marketing
 - 2.7.3. Expériences interactives
 - 2.7.4. Contenu visuel impactant
 - 2.7.5. Narration émotionnelle
 - 2.7.6. Utilisation de nouvelles plateformes et formats

- 2.8. Créativité dans la planification des médias
 - 2.8.1. Planification des médias
 - 2.8.2. Planification créative des médias
 - 2.8.3. Exemples de planifications des médias surprenantes
- 2.9. Types de contenus publicitaires
 - 2.9.1. Contenus sponsorisés
 - 2.9.2. Lier les marques au macro-contenu
 - 2.9.3. Création de *websites* basés sur le contenu audiovisuel
 - 2.9.4. Créer pour les réseaux sociaux
 - 2.9.5. Créer pour les mobiles
 - 2.9.6. Créer pour les jeux vidéo
 - 2.9.7. Créer du contenu interactif
 - 2.9.8. Créer du contenu directement pour les marques
- 2.10. Contexte actuel des marques
 - 2.10.1. Publicité dans l'environnement numérique
 - 2.10.2. Expérience client
 - 2.10.3. Conclusions

Module 3. Image de marque personnelle et campagnes politiques

- 3.1. Marque Personnelle
 - 3.1.1. Roue du personal branding
 - 3.1.2. Marque personnelle créative
 - 3.1.3. Exemples
- 3.2. Développement de la marque personnelle
 - 3.2.1. Positionnement
 - 3.2.2. *Storytelling*
 - 3.2.3. Les réseaux sociaux
 - 3.2.4. Publicité et autopromotion
- 3.3. Stratégies créatives de *networking*
 - 3.3.1. Évènements et conférences
 - 3.3.2. Groupes et communautés en ligne
 - 3.3.3. Collaborations

- 3.4. Guide de campagne politique
 - 3.4.1. Analyse de candidature
 - 3.4.2. Analyse du contexte
 - 3.4.3. Objectifs
- 3.5. Formation du candidat
 - 3.5.1. Intelligence émotionnelle
 - 3.5.2. Intelligence sociale
 - 3.5.3. Attitude, aptitude, vision, erreurs
- 3.6. Stratégie
 - 3.6.1. Fondamentaux d'une campagne
 - 3.6.2. Atteindre les objectifs
 - 3.6.3. Programme
 - 3.6.4. Une personne accompagnante
- 3.7. Identité de la marque
 - 3.7.1. *Claim*
 - 3.7.2. Image Graphique
 - 3.7.3. Fenêtre numérique
 - 3.7.4. Publicité
- 3.8. Équipe humaine
 - 3.8.1. Vision
 - 3.8.2. Rôle
 - 3.8.3. Exemples
- 3.9. Modèle de projet
 - 3.9.1. Piliers thématiques
 - 3.9.2. Motivation essentielle
 - 3.9.3. Exemples
- 3.10. Mouvement
 - 3.10.1. Faits
 - 3.10.2. La marée
 - 3.10.3. Conclusions



“

Grâce à la méthode du Relearning de TECH, vous apprendrez le contenu de ce programme de manière rapide et flexible. N'attendez plus et inscrivez-vous!"

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 Création d'Annonces et Communication Publicitaire 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 recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des déplacements ou des formalités administratives”

Ce **Certificat Avancé en Création d'Annonces et Communication Publicitaire** 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 Création d'Annonces et Communication Publicitaire**

Modalité: **en ligne**

Durée: **6 mois**



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
Création d'Annonces
et Communication Publicitaire

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

Certificat Avancé

Création d'Annonces
et Communication Publicitaire