

Certificat Avancé  
Marketing Numérique  
pour les Médias Sociaux



The image features a close-up of a notepad with the words "DIGITAL MARKETING" written in large, bold, black letters. The text is highlighted with a bright yellow marker. Above the main text, the word "OPTIMIZATION" is partially visible, written in smaller black letters. To the left, the letters "SEO" are written in green on a yellow sticky note. The notepad is surrounded by various colorful geometric shapes and other handwritten notes, including "Feed" and "gard" in blue ink. A pair of dark blue-rimmed glasses is placed on the right side of the notepad. The background is a collage of colorful geometric shapes in shades of blue, green, orange, and red.

DIGITAL  
MARKETING



## Certificat Avancé

### Marketing Numérique pour les Médias Sociaux

- » 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.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-marketing-numerique-medias-sociaux](http://www.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-marketing-numerique-medias-sociaux)

# 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

Les départements de marketing sont l'un des principaux départements des entreprises, en raison du grand pouvoir qu'ils ont sur la consommation, étant en mesure d'orienter leurs campagnes vers les profils de consommateurs les plus représentatifs pour les marques, mais ils sont également formés pour analyser le marché et concevoir des stratégies concurrentielles qui permettent une plus grande portée de leur publicité. La spécialisation des journalistes dans ce domaine est de plus en plus importante, c'est pourquoi TECH a conçu ce programme spécifique pour ce profil professionnel, en répondant à ses besoins et à ceux des entreprises.





“

Ce programme vous aidera à apprendre comment appliquer les principaux outils de marketing numérique pour les Médias Sociaux dans votre travail afin d'en tirer le maximum de bénéfices”

Les stratégies de marketing sont étroitement liées à la communication, car la transmission d'un message donné est la clé des deux. En ce sens, il faut tenir compte du fait que la communication publicitaire a changé au cours des vingt dernières années avec la création de ce que l'on appelle l'écosystème numérique, qui modifie les différents modes de communication grâce aux possibilités offertes par la technologie. L'environnement numérique génère différentes clés de comportement social, exige de nouveaux langages et modifie les relations entre les émetteurs et les récepteurs de messages. Il implique également de nouveaux modèles de contextualisation et d'interprétation des contenus.

Il est donc important de connaître le rôle de la communication dans les processus de marketing et, surtout, d'améliorer la formation des journalistes dans ce domaine, car leur utilisation correcte de la langue fait d'eux un profil adéquat pour se démarquer dans ce secteur. Dans cette optique, TECH a conçu un Certificat Avancé en Marketing Numérique pour les Médias Sociaux qui marquera un avant et un après dans la formation de ces professionnels, en leur fournissant les ressources les plus innovantes et les connaissances les plus avancées en la matière. Tout au long de ces mois, les étudiants apprendront à analyser, interpréter et structurer l'information numérique afin de créer des campagnes de marketing appropriées pour atteindre les objectifs des entreprises.

Un programme qui apprendra aux étudiants, à travers l'expérience, à se développer avec succès dans la gestion des outils de marketing numérique pour les Médias Sociaux. Un apprentissage qui se fait en combinant l'enseignement pratique et théorique, offrant une option unique pour donner une plus grande visibilité aux CV.

Ce **Certificat Avancé en Marketing Numérique pour les Médias Sociaux** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ 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



*Rejoignez des équipes d'élite dans le domaine du marketing numérique et apportez toutes vos connaissances pour réussir dans le secteur"*

“

*Un Certificat Avancé qui vous permettra de travailler dans tous les domaines du Marketing avec la solvabilité d'un professionnel de haut niveau"*

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 *Relearning*, 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'étudiant 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.

*Une expérience de formation unique, clé et décisive pour stimuler votre développement personnel.*

*Apprenez tout ce que ce Certificat Avancé vous offre de manière dynamique, grâce à la méthodologie d'enseignement innovante de TECH.*





# 02 Objectifs

Ce programme en Marketing Numérique pour les Médias Sociaux a été développé avec l'objectif principal d'offrir aux professionnels du journalisme et de la communication les outils clés pour gérer avec succès un secteur de plus en plus compétitif et fondamental dans toutes les entreprises. Par conséquent, la spécialisation et la mise à jour du contenu pour rester au fait des principales évolutions du secteur sont essentielles pour ceux qui souhaitent accéder à des postes à haute responsabilité, et les étudiants pourront trouver ces évolutions dans ce programme.







“

*Si vous voulez devenir un expert en marketing digital pour les Médias Sociaux, ne manquez pas l'occasion de suivre ce Certificat Avancé. Vous y trouverez les dernières informations sur le sujet"*



## Objectif général

---

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

“

*Un programme unique qui sera fondamental pour votre développement personnelle et professionnel”*





## Objectifs spécifiques

---

### **Module 1. Principes fondamentaux de communication dans l'environnement digital**

- ♦ Former et préparer l'apprenant à utiliser les technologies et les techniques de l'information et communicative, dans les différents médias ou systèmes de médias combinés et interactifs
- ♦ Former l'étudiant à l'utilisation des systèmes et des ressources informatiques dans le domaine de la publicité et des relations publiques, ainsi qu'à leurs applications interactives
- ♦ Former l'étudiant à la capacité d'analyser, traiter, interpréter, élaborer et structurer la communication numérique

### **Module 2. Recherche sur les médias numériques**

- ♦ Comprendre l'importance d'Internet dans la recherche et la gestion de l'information dans le domaine de la publicité et des relations publiques, en l'appliquant à des cas spécifiques
- ♦ Être capable d'analyser et d'optimiser l'utilisation des nouveaux canaux de communication et des stratégies des médias numériques par les professionnels de la publicité et des relations publiques
- ♦ Savoir appliquer les techniques de recherche en communication publicitaire
- ♦ Organiser des travaux de recherche et de communication dans le domaine des médias numériques
- ♦ Maîtriser les stratégies et les outils de recherche sur Internet, connaître les différents formats, médias et sites de stockage de données au service de la publicité et des relations publiques
- ♦ Connaître et comprendre l'importance d'Internet dans les travaux de recherche dans le domaine de la publicité et des relations publiques

### **Module 3. Réseaux Sociaux et Community Management**

- ♦ Permettre à l'étudiant de comprendre l'importance d'Internet dans la recherche et la gestion de l'information dans le domaine de la publicité et des relations publiques, dans son application à des cas concrets
- ♦ Avoir la capacité d'analyser, traiter, interpréter, élaborer et structurer la communication numérique
- ♦ Permettre à l'étudiant d'analyser et d'optimiser l'utilisation des nouveaux canaux de communication et des stratégies des médias numériques par le professionnel de la publicité et des relations publiques
- ♦ Comprendre l'importance des *Réseaux 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



# 03

## Structure et contenu

Les enseignants de ce Certificat Avancé en Marketing Numérique pour les médias sociaux ont conçu ce programme pour inclure les derniers concepts et stratégies que les professionnels du journalisme et de la communication pourront appliquer dans leur travail quotidien dans le secteur de la publicité. Un contenu totalement nouveau qui leur apportera les connaissances nécessaires sur les différentes applications technologiques qui seront fondamentales pour leur développement professionnel, afin qu'ils puissent être compétitifs dans leur travail dans un domaine où la demande est très forte.





“

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

## Module 1. Principes fondamentaux de communication dans l'environnement digital

- 1.1. Web 2.0 ou web social
  - 1.1.1. L'organisation à l'ère de la conversation
  - 1.1.2. Le Web 2.0, c'est les gens
  - 1.1.3. Environnement numérique et nouveaux formats de communication
- 1.2. Communication et réputation digitale
  - 1.2.1. Rapport sur la réputation en ligne
  - 1.2.2. *Netiquette* et bonnes pratiques dans les *Réseaux Sociaux*
  - 1.2.3. Branding et réseaux 2.0
- 1.3. Concevoir et planifier un plan de réputation en ligne
  - 1.3.1. Aperçu des principaux *Réseaux Sociaux*
  - 1.3.2. Plan de réputation de la marque
  - 1.3.3. Métriques générales, ROI et CRM social
  - 1.3.4. Crise en ligne et SEO de réputation
- 1.4. Plateformes généralistes, professionnelles et microblogging
  - 1.4.1. Facebook
  - 1.4.2. LinkedIn.
  - 1.4.3. Twitter
- 1.5. Plateformes vidéo, image et mobilité
  - 1.5.1. YouTube
  - 1.5.2. Instagram
  - 1.5.3. Flickr
  - 1.5.4. Vimeo
  - 1.5.5. Pinterest
- 1.6. Stratégie de contenu et *storytelling*
  - 1.6.1. Blogging corporative
  - 1.6.2. Stratégie de marketing de contenu
  - 1.6.3. Création d'un plan de contenus
  - 1.6.4. Stratégie de curation de contenus



- 1.7. Stratégies des *Médias Sociaux*
  - 1.7.1. Relations publiques d'entreprise et social media
  - 1.7.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
  - 1.7.3. Analyse et évaluation des résultats
- 1.8. Administration communautaire
  - 1.8.1. Fonctions, tâches et responsabilités de l'administration communautaire
  - 1.8.2. Gestionnaire de réseau social
  - 1.8.3. Stratège en Médias Sociaux
- 1.9. Plan *Réseaux Sociaux*
  - 1.9.1. Design d'un plan de *Médias Sociaux*
  - 1.9.2. Calendrier, budget, attentes et suivi
  - 1.9.3. Protocole d'urgence en cas de crise
- 1.10. Outils de surveillance en ligne
  - 1.10.1. Outils de gestion et applications de bureau
  - 1.10.2. Outils de surveillance et d'étude

## Module 2. Recherche sur les médias numériques

- 2.1. La méthode scientifique et ses techniques
  - 2.1.1. Introduction
  - 2.1.2. La méthode scientifique et ses techniques
  - 2.1.3. Méthode scientifique et techniques méthodologiques
  - 2.1.4. Conception et phases de la recherche
  - 2.1.5. Règles de base pour la sélection, la vérification, la citation et le référencement bibliographiques
  - 2.1.6. Approches et perspectives de recherche
  - 2.1.7. Normes éthiques et déontologiques
- 2.2. Méthodologie I
  - 2.2.1. Introduction
  - 2.2.2. Aspects mesurables: la méthode quantitative
  - 2.2.3. Techniques quantitatives
  - 2.2.4. Types d'enquêtes
  - 2.2.5. La préparation du questionnaire et la présentation des résultats

- 2.3. Méthodologie II
  - 2.3.1. Introduction
  - 2.3.2. Aspects mesurables: la méthode qualitative
  - 2.3.3. Techniques qualitatives
  - 2.3.4. Les entretiens individuels et leur typologie
  - 2.3.5. L'entretien de groupe et ses variables: les groupes de discussion ou *focus groups*
  - 2.3.6. Autres techniques de conversation: Philips 66, *brainstorming*, Delphi, groupes d'intervention participative, arbres à problèmes et à solutions
  - 2.3.7. Recherche-action participative
- 2.4. Méthodologie III
  - 2.4.1. Introduction
  - 2.4.2. Révéler les comportements et interactions communicatifs: l'observation et ses variantes
  - 2.4.3. L'observation comIntroduction à l'analyse quantitative du contenu méthode scientifique
  - 2.4.4. La procédure: planifier l'observation systématique
  - 2.4.5. Les différents modes d'observation
  - 2.4.6. Observation en ligne: ethnographie virtuelle
- 2.5. Méthodologie IV
  - 2.5.1. Introduction
  - 2.5.2. Découvrir le contenu des messages: analyse du contenu et du discours
  - 2.5.3. Introduction à l'analyse quantitative du contenu
  - 2.5.4. La sélection de l'échantillon et la conception des catégories
  - 2.5.5. Traitement des données
  - 2.5.6. Analyse critique du discours
  - 2.5.7. Autres techniques d'analyse des textes médiatiques
- 2.6. Techniques de collecte de données numériques
  - 2.6.1. Introduction
  - 2.6.2. Connaître les réactions: expérimentation de la communication
  - 2.6.3. Introduction aux expériences
  - 2.6.4. Qu'est-ce qu'une expérience de communication?
  - 2.6.5. L'expérimentation et ses typologies
  - 2.6.6. La conception pratique de l'expérience

- 2.7. Techniques d'organisation des données numériques
    - 2.7.1. Introduction
    - 2.7.2. Information numérique
    - 2.7.3. Problèmes et propositions méthodologiques
    - 2.7.4. La presse en ligne: caractéristiques et approche de son analyse
  - 2.8. Services instrumentaux participatifs
    - 2.8.1. Introduction
    - 2.8.2. L'Internet comme objet d'étude: critères d'évaluation de la qualité et de la fiabilité du contenu de l'Internet
    - 2.8.3. L'Internet comme objet d'étude
    - 2.8.4. Critères d'évaluation de la qualité et de la fiabilité du contenu de l'Internet
  - 2.9. La qualité de l'Internet comme source: stratégies de validation et de confirmation
    - 2.9.1. Introduction
    - 2.9.2. Recherche sur l'internet et les plateformes numériques
    - 2.9.3. Recherche et navigation dans l'environnement en ligne
    - 2.9.4. Approche de la recherche sur les formats numériques: les blogs
    - 2.9.5. Approche des méthodes de recherche sur les *Réseaux Sociaux*
    - 2.9.6. Recherche sur les hyperliens
  - 2.10. Diffusion de l'activité de recherche
    - 2.10.1. Introduction
    - 2.10.2. Tendances de la recherche en communication
    - 2.10.3. Introduction au paysage contemporain de la recherche en communication
    - 2.10.4. La réadaptation des objets classiques de la recherche en communication
    - 2.10.5. L'émergence d'objets de recherche classiques
    - 2.10.6. Vers l'interdisciplinarité et l'hybridation méthodologique
- Module 3. Communications marketing intégrées**
- 3.1. Introduction et typologie des *Réseaux Sociaux*
    - 3.1.1. Médias sociaux et médias traditionnels
    - 3.1.2. Qu'est-ce qu'un réseau social?
    - 3.1.3. Évolution des *Réseaux Sociaux* sur Internet
    - 3.1.4. Les *réseaux sociaux* aujourd'hui
    - 3.1.5. Caractéristiques des *Réseaux Sociaux* sur Internet
    - 3.1.6. Typologie des *Réseaux Sociaux*
  - 3.2. Fonctions du *Community Manager*
    - 3.2.1. La figure du *Community Manager* et son rôle dans l'entreprise
    - 3.2.2. Guide du *Community Manager*
    - 3.2.3. Le profil du *Community Manager*
  - 3.3. *Réseaux Sociaux* au sein de la structure de l'entreprise
    - 3.3.1. L'importance des *Réseaux Sociaux* dans l'entreprise
    - 3.3.2. Les différents profils qui fonctionnent avec les *Réseaux Sociaux*
    - 3.3.3. Comment choisir la meilleure structure pour la gestion des *Réseaux Sociaux*
    - 3.3.4. Le service clientèle sur les *Réseaux Sociaux*
    - 3.3.5. Relation de l'équipe chargée des *Médias Sociaux* avec les autres départements de l'entreprise
  - 3.4. Introduction au marketing numérique
    - 3.4.1. Internet: le marketing devient infini
    - 3.4.2. Objectifs du marketing sur Internet
    - 3.4.3. Concepts clés de l'Internet
    - 3.4.4. Marketing opérationnel sur Internet
    - 3.4.5. Positionnement dans les moteurs de recherche
    - 3.4.6. Les *Réseaux Sociaux*
    - 3.4.7. *Community Manager*
    - 3.4.8. Le *e-commerce*
  - 3.5. Plan stratégique pour les *Réseaux Sociaux* et plan de *Médias Sociaux*
    - 3.5.1. L'importance d'avoir un plan de *Réseaux Sociaux* aligné sur le plan stratégique de l'entreprise
    - 3.5.2. Analyse préliminaire
    - 3.5.3. Objectifs
    - 3.5.4. Stratégie
    - 3.5.5. Actions
    - 3.5.6. Budget
    - 3.5.7. Calendrier
    - 3.5.8. Plan d'urgence
  - 3.6. Réputation en ligne
  - 3.7. Principaux *Réseaux Sociaux* I





- 3.8. Facebook: accroître la présence de la marque
  - 3.8.1. Introduction: Qu'est-ce que Facebook et comment peut-il nous aider?
  - 3.8.2. Principaux éléments du domaine professionnel
  - 3.8.3. Promotion du contenu
  - 3.8.4. Analyse analytique
- 3.9. Twitter: 140 caractères pour atteindre les objectifs
  - 3.9.1. Introduction: Qu'est-ce que Twitter et comment peut-il nous aider?
  - 3.9.2. Principaux éléments
  - 3.9.3. Promotion du contenu
  - 3.9.4. Analyse analytique
- 3.10. LinkedIn. Le réseau social professionnel par excellence
  - 3.10.1. Introduction: Qu'est-ce que LinkedIn et comment peut-il nous aider?
  - 3.10.2. Principaux éléments
  - 3.10.3. Promotion du contenu
- 3.11. Principaux *Réseaux Sociaux* II
  - 3.11.1. YouTube: le deuxième moteur de recherche le plus important sur Internet
  - 3.11.2. Principaux éléments
  - 3.11.3. Publicité
  - 3.11.4. Analyse de YouTube
  - 3.11.5. Les Success Stories
  - 3.11.6. Instagram et Pinterest. Le pouvoir de l'image
  - 3.11.7. Instagram
  - 3.11.8. Les Success Stories
  - 3.11.9. Pinterest
- 3.12. Blogs et image de marque
  - 3.12.1. Définition
  - 3.12.2. Typologies
- 3.13. Outils pour le *community manager*
  - 3.13.1. Suivi et programmation. *Hootsuite*
  - 3.13.2. Outils spécifiques pour chaque réseau social
  - 3.13.3. Outils pour l'écoute active
  - 3.13.4. Outils de raccourcissement d'URL
  - 3.13.5. Outils pour la génération de contenu

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 Marketing Numérique pour les Médias Sociaux 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 obtenez votre diplôme universitaire  
sans avoir à vous déplacer ou à remplir  
des formalités administratives"*

Ce **Certificat Avancé en Marketing Numérique pour les Médias Sociaux** 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 Marketing Numérique pour les Médias Sociaux**

N.º d'heures officielles: **450 h.**





**Certificat Avancé**  
**Marketing Numérique**  
**pour les Médias Sociaux**

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



# Certificat Avancé

## Marketing Numérique pour les Médias Sociaux



# ADVERTISING

Secoud quarter  
Apr-Jun

+0.12%

Third quarter  
Jul-Sep

+41.9

+200  
**tech** université  
technologique

+10.2 +12.0