

Certificat Avancé

Marketing Politique



Certificat Avancé

Marketing Politique

- » 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-comunication/diplome-universite/diplome-universite-marketing-politique

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 métier de journaliste s'est diversifié au fil des années. Ces professionnels ne sont désormais plus seulement liés aux médias traditionnels, mais peuvent également travailler en tant qu'experts en communication et en Marketing dans différents types d'organisations, comme les organisations politiques. Par conséquent, ce prestigieux programme académique de TECH Université Technologique est une action éducative intensive qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions d'affaires dans le domaine du Marketing Politique. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel en vous aidant à réussir.





“

Le Marketing Politique a progressé à grands pas ces dernières années. Cela oblige les professionnels de la communication à actualiser leurs connaissances afin d'exercer leur métier avec un taux de réussite plus élevé”

Le contenu du Certificat Avancé en Marketing Politique est conçu pour favoriser le développement de compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours de cette formation, les journalistes analysent une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Certificat Avancé aborde en profondeur le Marketing dans la sphère politique, et est conçu pour former de véritables communicateurs qui comprennent le Marketing Politique d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan académique conçu pour l'étudiant, centré sur son évolution professionnelle et qui le prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la communication et du Marketing Politique. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise et qui lui offrira à un contenu innovant basé sur les dernières avancées et soutenu par la meilleure méthodologie éducative ainsi que par un corps professoral exceptionnel. Cette formation vous permettra ainsi d'acquies des compétences nécessaires pour être en mesure de résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

De plus, comme il est enseigné dans un format 100% en ligne, il permet aux étudiants de diriger complètement leurs heures d'étude, sans avoir à se déplacer dans un centre académique d'enseignement.

Ce **Certificat Avancé en Marketing Politique** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel sur la scène universitaire. Les caractéristiques les plus remarquables de la formation sont:

- ♦ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Journalisme et Communication Politique
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les nouveautés sur la Communication Politique
- ♦ Les exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation se réalise afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Son accent particulier sur les méthodologies innovantes dans le Journalisme et la Communication Politique
- ♦ Un système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision sur les situations basées en Journalisme et Communication
- ♦ Les 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'améliorer vos compétences et de devenir un prestigieux Professionnel du Marketing Politique"

“

TECH vous propose la meilleur formation du marché en Marketing Politique. Vous devrez tout simplement y mettre votre envie d'étudier”

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

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La composition de ce programme se centra sur l'Apprentissage Basé sur les Problèmes. Ainsi le médecin devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du mastère. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus et expérimentés dans le domaine du Journalisme et Le Marketing Politique.

La communication est la clé du succès d'une organisation politique. Apprenez à établir des stratégies de Marketing Politique efficaces grâce à cet expert Universitaire que TECH met entre vos mains.

Le professionnel du journalisme qui exerce en tant qu'expert en Marketing Politique doit connaître les dernières formules pour exercer sa profession.



02 Objectifs

Ce Certificat Avancé a été créé dans le but de former des professionnels du Journalisme afin d'accroître leurs compétences et, par conséquent, de les promouvoir sur le marché du travail. Un objectif qui se complète globalement, avec la promotion de leur développement humain qui jette les bases d'une société plus responsable et engagée, une société meilleure. Dans ce programme académique, cet objectif devient une réalité en fournissant les outils nécessaires pour pouvoir relever le défi de créer un plan stratégique pour le Marketing et la Communication Politique. Un objectif où, en seulement quatre mois, l'étudiant pourra être en mesure d'atteindre, grâce à un cours de haute intensité et de précision.



“

TECH a conçu cette formation avec un seul objectif: propulser le professionnel de la communication vers le succès dans sa pratique en tant qu'expert en Marketing Politique”



Objectifs généraux

- ♦ Connaître les principes fondamentaux du Management, de la stratégie, du Marketing et de la communication
- ♦ Comprendre le fonctionnement des institutions et des organisations politiques
- ♦ Comprendre les objectifs et les outils du Marketing et de la Communication Politique
- ♦ Savoir comment appliquer les outils du Marketing et de la communication en fonction du produit politique: programme, parti et candidat
- ♦ Comprendre les étapes et le déroulement d'une campagne politique et électorale

“

Une expérience de formation unique, clé et décisive pour stimuler votre développement professionnel”





Objectifs spécifiques

- ♦ Connaître les étapes et le déroulement d'une campagne politique et électorale
- ♦ Analyser le changement social
- ♦ Étudier la participation des citoyens et le concept de l'opinion publique
- ♦ Développer les aspects de la politique et des idéologies
- ♦ Étudier les concepts de la démocratie
- ♦ Analyser les scénarios politiques internationaux actuels
- ♦ Étudier les bases du Marketing
- ♦ Apprendre la gestion du Marketing
- ♦ Connaître les fonctions du Marketing Stratégique
- ♦ Apprendre les dimensions de la stratégie du Marketing
- ♦ Étudier le fonctionnement du Marketing Mix
- ♦ Savoir mener à bien des stratégies de commercialisation en Marketing Digital
- ♦ Apprendre ce qu'est et comment fonctionne l'Inbound Marketing
- ♦ Élaborer un plan de marketing
- ♦ Savoir gérer des groupes de Marketing et de *Social Bussiness*
- ♦ Connaître le fonctionnement du Marketing social, le Marketing Politique et le Marketing Électoral
- ♦ Définir les composants du marché Politique
- ♦ Apprendre à mener une recherche sociale et politique et un diagnostic de la situation
- ♦ Mise en œuvre du plan du Marketing Politique
- ♦ Analyser l'organisation politique
- ♦ Définir les objectifs et les stratégies du plan du Marketing Politique et la manière de les mettre en œuvre
- ♦ Étudier la communication et le leadership
- ♦ Étudier la communication interpersonnelle, les compétences personnelles et l'influence
- ♦ Analyser ce qu'est le leadership stratégique et son fonctionnement
- ♦ Connaître l'importance de l'art oratoire
- ♦ Analyser comment le pouvoir est structuré dans l'organisation
- ♦ Développer les aspects de la fonction directive et l'RSC
- ♦ Étudier l'intelligence émotionnelle et le *Branding Personnel*

03

Direction de la formation

Le déroulement et le contenu de ce programme académique ont été conçus par une équipe de professionnels du Journalisme et du Marketing Politique, ayant des années d'expérience professionnelle et d'enseignement. Ce corps enseignant, conscient du besoin actuel de formations de qualité dans le secteur du Journalisme et de la Communication, a décidé d'unir ses connaissances pour offrir aux étudiants le programme le plus complet du marché. Cela permettra au professionnel de faire évoluer sa carrière dans le secteur du Marketing Politique avec plus de garanties.





“

*Un corps enseignant d'excellence
qui vous aidera à atteindre le
sommet dans votre profession"*

Directeur invité international

Avec près de 20 ans d'expérience dans les campagnes politiques au plus haut niveau et plus d'une décennie dans les médias, Jess McIntosh est considérée comme l'une des plus prestigieuses stratèges en communication politique des États-Unis. Ses compétences professionnelles lui ont permis de participer à la course présidentielle de 2016 dans ce pays en tant que Directrice de Communication de la candidate Hillary Clinton.

Outre cette réussite professionnelle, Mme McIntosh a été Directrice Adjointe de Communication de EMILY's List, un comité d'action politique dédié au soutien des candidats démocrates pro-choix à la fonction publique. Elle a également conseillé d'autres organisations cherchant à renforcer leur impact social grâce à des messages percutants et à lutter contre la désinformation.

Parallèlement, elle a été Conseillère auprès d'autres candidats politiques tels que Scott Stringer pour la présidence de l'arrondissement de Manhattan et Michael Bloomberg pour la mairie de New York. Elle a également participé à la campagne d'Al Franken pour le Sénat des États-Unis en tant que Secrétaire et Attachée de Presse de ce dernier. Elle a également été Porte-parole du Parti Démocrate-Farmer-Travailleuse du Minnesota.

Dans le domaine des médias, cette spécialiste renommée a également de nombreuses réalisations à son actif. Elle a travaillé en coulisses et devant la caméra pour des chaînes de télévision et des réseaux d'information câblés dans toute l'Amérique du Nord, notamment CBS, CNN et MSNBC.

Elle a créé, développé et animé des programmes acclamés par la critique dans le domaine des podcasts et de l'audio. Il s'agit notamment de l'émission de radio primée Signal Boost sur SiriusXM, coanimée avec l'analyste politique Zerlina Maxwell. Elle a également écrit sur la politique et le genre dans d'innombrables publications imprimées, dont le Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 et Shondaland, entre autres. Elle est également Éditrice Exécutive de Shareblue Media, un organe d'information américain.



Dña. McIntosh, Jess

- Conseillère Politique et Ancienne Directrice de Communication de la campagne présidentielle d'Hillary Clinton
- Animatrice de l'émission de radio Signal Boost sur SiriusXM, plusieurs fois primée
- Éditrice Exécutive de Shareblue Media
- Analyste Politique sur des chaînes d'information telles que CBS, CNN et MSNBC
- Chroniqueuse pour des magazines tels que le Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 et Shondaland
- Ancienne vice-présidente de EMILY's List
- Ancienne porte-parole du Parti Démocrate-Farmer-Travilliste du Minnesota
- Ancienne Attachée de presse du sénateur Al Franken
- Conseillère Politique pour les candidats aux postes de sénateurs, de maires et de présidents de comtés

“

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

Direction



Dr López, Adolfo

- Directeur de Tech Business School
- Directeur Technique des Projets et Études de Marché chez Investgroup
- Gestion au Club d'Innovation de la Région de Valence
- Licence en Économie et Études Commerciales de l'Université de Valence
- Diplôme en Marketing à l'ESEM Business School



Professeurs

Mme Eskibel, Daniel

- ♦ Psychologue et consultant politique, référence mondiale en matière de psychologie politique

Mme Morcillo, Guadalupe

- ♦ Experte en Communication Politique
- ♦ Doctorat en Philologie Classique
- ♦ Master en Gouvernance, Marketing Politique et Communication Stratégique

M. Landero Madroñal, Jordi

- ♦ Diplômé en Sciences de l'Information
- ♦ Journaliste

Mme Sanz Campos, Ana

- ♦ Coaching et Mentoring de cadres et de politiciens

04

Structure et contenu

Le programme complet de cet Expert Universitaire a été conçu par une équipe de professionnels de premier plan dans le domaine du Marketing Politique qui, conscients de la pertinence de la formation actuelle dans ce domaine comme moyen d'approfondir le niveau de connaissance, ont établi un programme très complet conçu spécialement pour former des professionnels dans l'art du Marketing Politique. Ainsi, à la suite de la formation, l'étudiant sera bien mieux préparé à travailler dans ce domaine de manière plus autonome et compétente.



“

*Un programme complet et
approfondi conçu pour le
meilleur professionnel: vous"*

Module 1. Société, citoyenneté et politique

- 1.1. Citoyens et société
 - 1.1.1. Concept de la société
 - 1.1.2. Droits et devoirs du citoyen
 - 1.1.3. Types de citoyens
- 1.2. Changement social
 - 1.2.1. Concept de changement social
 - 1.2.2. Facteurs de changement social
 - 1.2.3. Transformation du changement social
- 1.3. Participation des Citoyens
 - 1.3.1. Participation sociale et citoyenne
 - 1.3.2. Prise de décision collective
 - 1.3.3. Les formes de participation des citoyens
- 1.4. L'opinion publique
 - 1.4.1. Les formes d'opinion publique
 - 1.4.2. Groupes de pression
 - 1.4.3. Les groupes de population dans l'opinion publique
- 1.5. Société, politique et pouvoir
 - 1.5.1. Le pouvoir dans la société
 - 1.5.2. La réalité de la politique
 - 1.5.3. Facteurs du comportement politique
- 1.6. Idéologies et action politique
 - 1.6.1. Concept et dimensions de l'idéologie
 - 1.6.2. Groupes idéologiques
 - 1.6.3. Manifestations de l'idéologie
- 1.7. Dimensions de la politique
 - 1.7.1. Régimes politiques
 - 1.7.2. Systèmes politiques
 - 1.7.3. Facteurs de politique publique





- 1.8. Systèmes politiques
 - 1.8.1. Concept et caractéristiques
 - 1.8.2. Types de systèmes politiques
- 1.9. Démocratie: représentation et participation
 - 1.9.1. Définition de la démocratie
 - 1.9.2. Les types de démocratie
 - 1.9.3. Niveaux de participation des citoyens
- 1.10. Scénarios politiques internationaux
 - 1.10.1. Scénarios politiques en Europe
 - 1.10.2. Scénarios politiques en Amérique du Nord
 - 1.10.3. Scénarios politiques en Amérique centrale
 - 1.10.4. Scénarios politiques en Amérique latine

Module 2. Marketing stratégique et opérationnel

- 2.1. Les fondements du Marketing
 - 2.1.1. Concept de marketing
 - 2.1.2. Éléments de base du marketing
 - 2.1.3. Activités de marketing de l'entreprise
- 2.2. Gestion du Marketing management
 - 2.2.1. Concept de gestion du marketing
 - 2.2.2. Nouvelles réalités du marketing
 - 2.2.3. Un nouveau marché: les capacités des consommateurs et des entreprises
 - 2.2.4. Orientation au Marketing holistique
 - 2.2.5. Actualisation des les 4P du Marketing
 - 2.2.6. Tâches de la gestion de marketing
- 2.3. Rôle du marketing stratégique
 - 2.3.1. Concept du marketing stratégique
 - 2.3.2. Concept de la planification du Marketing stratégique
 - 2.3.3. Les étapes du processus de planification du Marketing stratégique
- 2.4. Dimensions de la stratégie du Marketing
 - 2.4.1. Stratégies du marketing
 - 2.4.2. Types de stratégies du marketing

- 2.5. Marketing Mix
 - 2.5.1. Concept de marketing mix
 - 2.5.2. Stratégies de produits
 - 2.5.3. Stratégies de prix
 - 2.5.4. Stratégies de distribution
 - 2.5.5. Stratégies de communication
- 2.6. Marketing numérique
 - 2.6.1. Concept de marketing numérique
 - 2.6.2. Stratégies de marketing dans le domaine du marketing numérique
- 2.7. Inbound Marketing
 - 2.7.1. Inbound marketing efficace
 - 2.7.2. Bénéfices du inbound marketing
 - 2.7.3. Mesurer le succès du inbound marketing
- 2.8. Développement du plan de Marketing
 - 2.8.1. Concept du plan de Marketing
 - 2.8.2. Analyse et diagnostic de la situation
 - 2.8.3. Décisions de marketing stratégique
 - 2.8.4. Décisions de Marketing opérationnel
- 2.9. Gestion des groupes de marketing
 - 2.9.1. Groupes de Marketing
 - 2.9.2. Création de groupes de Marketing
 - 2.9.3. Lignes directrices pour la gestion d'un groupe de Marketing
 - 2.9.4. L'avenir des groupes de Marketing
- 2.10. *Social business*
 - 2.10.1. Vision stratégique du Web 2.0 et ses défis
 - 2.10.2. Opportunités de convergence et tendances en matière de TIC
 - 2.10.3. Comment rentabiliser le Web 2.0 et les réseaux sociaux
 - 2.10.4. La mobilité et les affaires Numériques

Module 3. Le Marketing politique

- 3.1. Marketing social
 - 3.1.1. Marketing social
 - 3.1.2. Marketing socialement responsable
 - 3.1.3. Marketing des causes sociales
- 3.2. Introduction au marketing politique et électoral
 - 3.2.1. Marketing politique
 - 3.2.2. Marketing Électoral
 - 3.2.3. Composants du marché politique
- 3.3. Citoyens
 - 3.3.1. Organisations sociales
 - 3.3.2. Organisations et partis
 - 3.3.3. Membres et supporters
- 3.4. Recherche sociale et politique
 - 3.4.1. Contenu de la recherche sociale et politique
 - 3.4.2. Techniques de recherche sociale
 - 3.4.3. Résultats de la recherche sociale et politique
- 3.5. Diagnostic de la situation sociale et politique
 - 3.5.1. Analyse de la demande sociale et politique
 - 3.5.2. Analyse des offres politiques
 - 3.5.3. Perspectives sociales et politiques
- 3.6. Plan de marketing politique
 - 3.6.1. Introduction
 - 3.6.2. Les avantages du plan de marketing politique
 - 3.6.3. Les étapes du plan de marketing politique
- 3.7. Analyse de l'organisation politique
 - 3.7.1. Analyse interne de l'organisation politique
 - 3.7.2. Analyse de la concurrence politique
 - 3.7.3. Analyse de l'environnement social et politique
 - 3.7.4. SWOT Organisation politique

- 3.8. Objectifs et stratégies du plan de marketing politique
 - 3.8.1. Définition des objectifs
 - 3.8.2. Détermination des stratégies
- 3.9. Plan d'action de la stratégie politique
 - 3.9.1. Contenus du plan d'action
 - 3.9.2. Critères de mesure des actions
 - 3.9.3. Indicateurs de suivi
- 3.10. Mise en œuvre du plan de marketing politique
 - 3.10.1. Tâches des comités de direction
 - 3.10.2. Mise en œuvre du plan d'action
 - 3.10.3. Contingences du plan: contingences

Module 4. Leadership et communication personnelle

- 4.1. Communication et leadership
 - 4.1.1. Leadership et styles de leadership
 - 4.1.2. Motivation
 - 4.1.3. Capacités et compétences du dirigeant 2.0
- 4.2. Communication interpersonnelle
 - 4.2.1. Le langage du corps
 - 4.2.2. Communication affirmée
 - 4.2.3. Interviews
- 4.3. Compétences personnelles et influence
 - 4.3.1. Impact et influence
 - 4.3.2. Maîtrise du stress
 - 4.3.3. Gestion du temps
- 4.4. Leadership Stratégique
 - 4.4.1. Modèles de leadership
 - 4.4.2. *Coaching*
 - 4.4.3. *Mentorat*
 - 4.4.4. Leadership transformationnel
- 4.5. Discours et formation de porte-parole
 - 4.5.1. Communication interpersonnelle
 - 4.5.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 4.5.3. Obstacles à la communication personnelle
- 4.6. Le pouvoir dans l'organisation
 - 4.6.1. Le pouvoir dans les organisations
 - 4.6.2. Les sources du pouvoir structurel
 - 4.6.3. Tactiques politiques
- 4.3. La fonction de direction et la RSE (Responsabilité Sociétaire des Entreprises)
 - 4.3.1. Vision stratégique de la responsabilité sociale de l'entreprise
 - 4.3.2. Systèmes et modèles pour la mise en œuvre de la RSE
 - 4.3.3. Organisation de la RSE Rôles et responsabilités
- 4.8. Intelligence émotionnelle
 - 4.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 4.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 4.8.3. Estime de soi et langage émotionnel
- 4.9. Profil psychologique du candidat
 - 4.9.1. Psychologie du leadership
 - 4.9.2. Typologie de la personnalité des hommes politiques
 - 4.9.3. Attentes du candidat idéal
- 4.10. *L'Image de Marque Personnelle*
 - 4.10.1. Stratégies pour développer la marque personnelle
 - 4.10.2. Les lois du *Branding Personnel*
 - 4.10.3. Outils de construction de la marque personnelle



Vous n'êtes qu'à un clic d'une immersion académique de première catégorie"

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

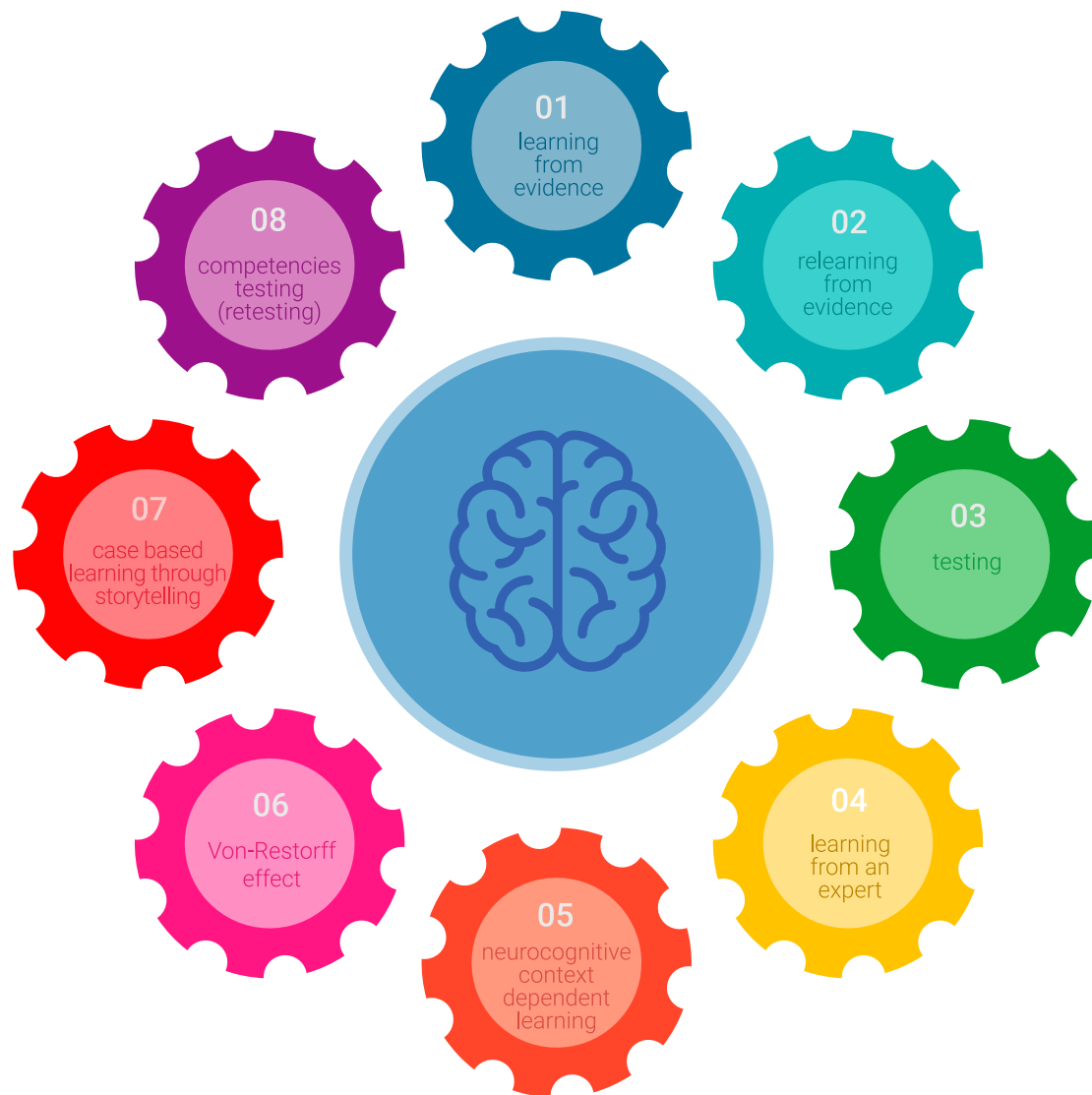
TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

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

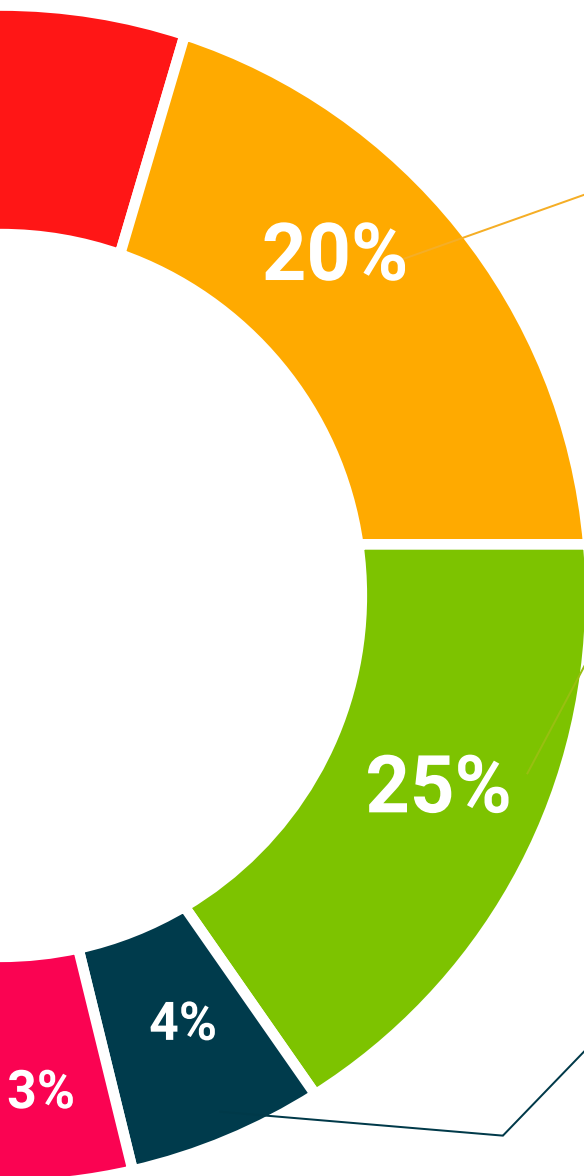
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre certificat sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Certificat Avancé en Marketing Politique** 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 Politique**

N.° d'Heures Officielles: **400 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 institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé
Marketing Politique

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

Certificat Avancé

Marketing Politique

