

Certificat Avancé

Stratégie Commerciale



Certificat Avancé Stratégie Commerciale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 4 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-strategie-commerciale

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

Les entreprises sont de plus en plus conscientes de l'importance de la communication pour atteindre leurs objectifs. En conséquent, de plus en plus de journalistes et de communicants spécialisés dans ce domaine sont demandés. En ce sens, ce prestigieux programme académique TECH contient un programme intensif qui prépare les étudiants à faire face aux défis et aux décisions des entreprises dans le domaine de la stratégie de communication commerciale. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel.



“

Ne manquez pas cette formation de haut niveau qui vous permettra d'évoluer et de vous positionner comme un journaliste expert en communication et en Stratégie Commerciale"

Le contenu du Certificat Avancé en Stratégie Commerciale 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 réelles liées à la Stratégie Commerciale.

Ce Certificat Avancé traite en profondeur les différents types de stratégies qui peuvent être générées au sein de l'entreprise au niveau communicationnel et qui peuvent apporter de grands résultats à différents niveaux. Tout cela dans une perspective globale, internationale et innovante.

Un programme conçu pour vous, centré sur votre perfectionnement professionnel et qui vous prépare à atteindre l'excellence dans le domaine de la Stratégie Commerciale. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous fournira les compétences nécessaires pour résoudre les 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 d'enseignement.

Ce **Certificat Avancé en Stratégie Commerciale** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel sur la scène universitaire. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ 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



Une formation académique riche en matériel théorique et pratique spécialement conçue pour conduire au succès du journaliste dans sa pratique quotidienne"

“

*Un programme conçu pour vous,
centré sur vos besoins et conçu pour
l'excellence académique"*

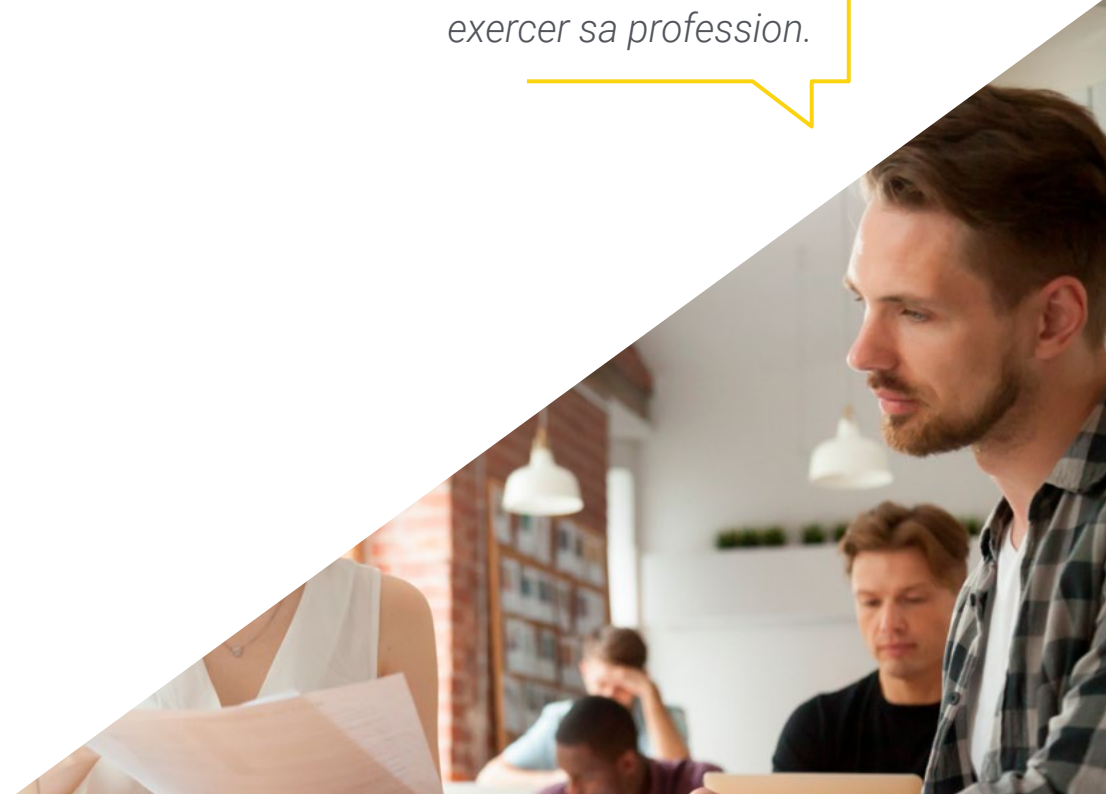
Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du journalisme et de la communication, qui apportent leur expérience professionnelle à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

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 conception de ce programme est centrée sur l'apprentissage par les problèmes, grâce auquel l'étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, le professionnel sera assisté par un système vidéo interactif innovant conçu par des experts reconnus et expérimentés dans le domaine de la Communication Commerciale.

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 Stratégie Commerciale doit connaître les dernières formules pour exercer sa profession.



02 Objectifs

L'objectif de TECH est de former des professionnels du Journalisme hautement qualifiés pour le développement de leurs compétences et la progression de leur carrière. 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, cet objectif devient une réalité en fournissant les outils nécessaires pour pouvoir relever le défi de créer un plan stratégique pour le Communication Commerciale. Un objectif que vous pouvez atteindre en quatre mois seulement, grâce à un programme de haute intensité et de haute précision.



“

Ne manquez pas cette grande opportunité éducative et devenez un professionnel accompli de la Communication Commerciale. Vous entrerez dans un secteur en plein essor”



Objectifs généraux

- ♦ Connaître les principes fondamentaux du *Management*, de la stratégie, du marketing et de la communication
- ♦ Comprendre le fonctionnement des entreprises et leurs stratégies de communication
- ♦ Comprendre les objectifs et les outils du Marketing et de la Communication Commerciale

“

TECH met à votre disposition le contenu le plus récent du secteur avec un seul objectif: vous aider à atteindre tous vos objectifs professionnels”





Objectifs spécifiques

Module 1. Gestion et stratégie des entreprises et des organisations

- ♦ Apprendre en quoi consiste le *Management Général* et ses fonctions
- ♦ Étudier le concept de développement de la gestion et du leadership
- ♦ Décrire l'élaboration d'un plan stratégique
- ♦ Comprendre le concept de la gestion stratégique
- ♦ Passer en revue les caractéristiques et particularités de la stratégie numérique, de la stratégie d'entreprise et de la stratégie technologique
- ♦ Développer la mise en œuvre de la stratégie
- ♦ Approfondir en gestion financière
- ♦ Passer en revue tous les aspects nécessaires de la gestion stratégique des ressources humaines

Module 2. Communication d'Entreprise

- ♦ Apprenez comment la communication fonctionne et est gérée dans les organisations
- ♦ Analyser les tendances de la communication commerciale
- ♦ Étudier la Communication Publicitaires
- ♦ Étudier les effets de la Communication Commerciale et publicitaire
- ♦ Apprendre la communication en temps de crise
- ♦ Étudier la réputation numérique
- ♦ Connaître les bases de la Communication interne
- ♦ Connaître et savoir comment se développe le Branding
- ♦ Apprendre ce qu'est un plan de communication intégral et comment il est mis en pratique
- ♦ Apprendre la conception et la structure de l'organisation

Module 3. Organisations: Gestion de Crises et Responsabilité Sociale

- ♦ Définir ce qu'est la responsabilité sociale des entreprises
- ♦ Étudier ce qu'est la responsabilité sociale au sein d'une organisation
- ♦ Découvrir comment la gestion de la réputation, des risques et des crises est effectuée
- ♦ Reconnaître les conflits dans les organisations
- ♦ Étudier les lobbies et groupes de pression et la négociation
- ♦ Savoir qu'est-ce qu'une stratégie de marque

Module 4. Marketing et Communication Institutionnel

- ♦ Analyser l'action politique dans les institutions
- ♦ Découvrir ce qu'est le marketing institutionnel et la communication publique et leur fonctionnement
- ♦ Développer des stratégies de communication institutionnelle
- ♦ Savoir comment est planifié l'agenda politique institutionnel
- ♦ Apprendre comment se réalise une communication gouvernementale et le concept du gouvernement ouvert
- ♦ Analyser la communication dans les démocraties et ce qu'est la démocratie numérique
- ♦ Apprendre ce qu'est la responsabilité sociale et son fonctionnement dans les institutions

03

Direction de la formation

La conception de ce programme académique a été créée par une équipe de professionnels du Journalisme et de la Communication, avec des années d'expérience professionnelle et d'enseignement. Tous, conscients du besoin actuel de formation de qualité dans le secteur, ont décidé d'unir leurs connaissances pour offrir la formation la plus complète du marché, qui permettra aux étudiants d'évoluer dans le domaine du Journalisme et de la Communication Commerciale avec de grandes garanties de succès.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	No.	Marketing Budget	Categories	Unit	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16
1	10460	Benefits	1-Personnal	0	12,034	13,565	10,674	13,095	
2	35246	Payroll taxes	1-Personnal	0	345	347	154	1,953	
3	76745	Salaries	1-Personnal	0	521	434	178	519	
4	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal	0	0	2,300	189		
5	23674	Personnel Total	1-Personnal	1	12,900	16,646	11,195		
6	14678	Web Research	2-Marketing	2	6,000	2,300	5,000		
7	10567	Independent Reearch	2-Marketing	1	2,000	5,420	3,000		
8	96643	Firm Research Fees	2-Marketing	0	8,200	4,900			
9	17695	Market Research Total	2-Marketing	3	16,200	12,620			
10	94015	Promotions	3-Commu	2	1,239	190			
11	75321	Branding	3-Commu	1	522	45			
12	95235	Web Advertising	3-Commu	1	10,432				
13	32564	Direct Marketing	3-Commu	0					
14	68508	Newspaper Advertising	3-Commu	0					
15	06342	Communication Total	3-Commu	0					
16	89063	Travel	3-Commu	0					
17	07421	Phone	4-Other	4	12,000				
18	93012	Computer/Office Equipment	4-Other	0					
19	24601	Postage	4-Other	0					
20	35151	Other Total	4-Other	2					
21	10460	Benefits	4-Other						
22	35246	Payroll taxes	1-Personnal						
23	76745	Salaries	1-Personnal						
24	76023	Commissions and bonuses	1-Personnal						
25	23674	Personnel Total	1-Personnal						
26	14678	Web Research							
27	10567	Independent Reearch							
28									

“

Le meilleur personnel enseignant est dans TECH. Ne laissez pas passer l'opportunité éducative”

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



M. López Rausell, 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

M. Eskibel, Daniel

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

M. Landero Madroñal, Jordi

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

Dr Morcillo, Guadalupe

- ♦ Experte en Communication Politique
- ♦ Doctorat en Philologie Classique
- ♦ Master en Gouvernance, Stratégie et Campagne Électorale et Communication Stratégique

Mme Sanz Campos, Ana

- ♦ Coaching et Mentoring de cadres et de politiciens



04

Structure et contenu

Le déroulement des contenus a été conçu par une équipe de professionnels du Journalisme et du Marketing qui, conscients de l'importance de la communication dans ce domaine comme moyen d'approfondir le champ des connaissances, ont conçu un programme très complet spécialement destiné à former les professionnels des Sciences de l'information aux singularités et caractéristiques du monde de la Communication stratégique.



Budget

May
2018



“

Un contenu de premier ordre, en format multimédia et adapté aux besoins actuels de la profession”

Module 1. Gestion et stratégie des entreprises et des organisations

- 1.1. *Management Général*
 - 1.1.1. Concept du *Management Général*
 - 1.1.2. L'action du directeur général
 - 1.1.3. L'administrateur délégué et ses fonctions
 - 1.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 1.2. Développement de la gestion et leadership
 - 1.2.1. Concept du Développement Directif
 - 1.2.2. Concept du Leadership
 - 1.2.3. Théories du Leadership
 - 1.2.4. Styles de Leadership
 - 1.2.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 1.2.6. Les défis du dirigeant d'aujourd'hui
- 1.3. Planification et stratégie
 - 1.3.1. Le plan dans une Stratégie
 - 1.3.2. Positionnement stratégique
 - 1.3.3. La stratégie dans l'entreprise
 - 1.3.4. Planification
- 1.4. La Direction stratégique
 - 1.4.1. Le concept d'une Stratégie
 - 1.4.2. Le processus de Gestion Stratégique
 - 1.4.3. Approches de la Gestion Stratégique
- 1.5. Stratégie numérique
 - 1.5.1. La stratégie technologique et son impact sur l'innovation numérique
 - 1.5.2. Planification stratégique des TI
 - 1.5.3. Stratégies et internet
- 1.6. Stratégie d'entreprise
 - 1.6.1. Concept de la Stratégie d'entreprise
 - 1.6.2. Types de Stratégies d'entreprise
 - 1.6.3. Outils pour définir les Stratégies d'entreprise
- 1.7. Stratégie d'entreprise et Stratégie Technologique
 - 1.7.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
 - 1.7.1. Les décisions stratégiques en matière de SI/TI
 - 1.7.3. Stratégie d'entreprise vs Stratégie Technologie et Numérique





Module 2. Communication d'Entreprise

- 2.1. La communication dans les organisations
 - 2.1.1. Les organisations, les personnes et la société
 - 2.1.2. Évolution historique du comportement organisationnel
 - 2.1.3. Communication à double sens
- 2.2. Tendances de la Communication d'Entreprise
 - 2.2.1. Génération et distribution de contenu d'entreprise
 - 2.2.2. La communication d'entreprise sur le Web 2.0
 - 2.2.3. Mise en œuvre de métriques dans le processus de communication
- 2.3. Communication publicitaire
 - 2.3.1. Communication marketing intégrée
 - 2.3.2. Plan de communication publicitaire
 - 2.3.3. Le *Merchandising* comme technique de communication
- 2.4. Effets des médias
 - 2.4.1. Efficacité du Marketing et de la publicité
 - 2.4.2. Théories des effets des médias
 - 2.4.3. Modèles sociaux et de co-création
- 2.5. Agences, médias et canaux en ligne
 - 2.5.1. Agences intégrées, créatives et en ligne
 - 2.5.2. Médias traditionnels et nouveaux
 - 2.5.3. Canaux en ligne
 - 2.5.2. Autres *players* digitaux
- 2.6. La communication dans les situations de crise
 - 2.6.1. Définition et types de crise
 - 2.6.2. Phases de la crise
 - 2.6.3. Messages: contenu et calendrier
- 2.7. Communication et réputation digitale
 - 2.7.1. Rapport sur la réputation en ligne
 - 2.7.2. Netiquette et bonnes pratiques dans les réseaux sociaux
 - 2.7.3. *Branding et Networking 2.0*

- 2.8. Communication interne
 - 2.8.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
 - 2.8.2. Instruments et supports de communication interne
 - 2.8.3. Le plan de communication interne
- 2.9. *Branding*
 - 2.9.1. La marque et ses fonctions
 - 2.9.2. La création de marque (*Branding*)
 - 2.9.3. Architecture de la marque
- 2.10. Plan de communication intégrale
 - 2.10.1. Audit et diagnostic
 - 2.10.2. Élaboration du plan de communication
 - 2.10.3. Mesure des résultats: KPI et ROI

Module 3. Organisations: Gestion de Crises et Responsabilité Sociale

- 3.1. Design organisationnel
 - 3.1.1. Concept de design organisationnel
 - 3.1.2. Structures organisationnelles
 - 3.1.3. Types de conception organisationnelle
- 3.2. Structure organisationnelle
 - 3.2.1. Principaux mécanismes de coordination
 - 3.2.2. Départements et organigrammes
 - 3.2.3. Autorité et responsabilité
 - 3.2.4. *L'Empowerment*
- 3.3. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 3.3.1. Engagement social
 - 3.3.2. Organisations durables
 - 3.3.3. L'éthique dans les organisations
- 3.4. La responsabilité sociale des organisations
 - 3.4.1. Gestion de la RSE dans les organisations
 - 3.4.2. RSE envers les employés
 - 3.4.3. Action durable



- 3.5. Gestion de la réputation
 - 3.5.1. Gestion de la réputation des entreprises
 - 3.5.2. L'approche de la réputation de la marque
 - 3.5.3. Gestion de la réputation des dirigeants
- 3.6. Risque de réputation et gestion de crise
 - 3.6.1. Écoute et gestion des perceptions
 - 3.6.2. Procédures, manuel de crise et plans d'intervention
 - 3.6.3. Formation de porte-parole dans des situations d'urgence
- 3.7. Conflits dans les organisations
 - 3.7.1. Conflits interpersonnels
 - 3.7.2. Conditions de conflit
 - 3.7.3. Conséquences des conflits
- 3.8. *Lobbies* et groupes de pression
 - 3.8.1. Groupes d'opinion et leurs activités dans les entreprises et les institutions
 - 3.8.2. Relations institutionnelles et *lobbying*
 - 3.8.3. Domaines d'intervention, instruments réglementaires, stratégie et médias

Module 4. Marketing et Communication Institutionnel

- 4.1. L'action Politique dans les institutions
 - 4.1.1. Concept d'institution
 - 4.1.2. Types d'institutions et de groupes sociaux
 - 4.1.3. Actions institutionnelles
- 4.2. Marketing institutionnel
 - 4.2.1. Marchés institutionnels: citoyens et entités
 - 4.2.2. Offre institutionnelle
 - 4.2.3. Satisfaction des citoyens
- 4.3. Plans de marketing dans les institutions
 - 4.3.1. Analyse de l'environnement institutionnel
 - 4.3.2. Objectifs de l'institution
 - 4.3.3. Actions stratégiques et opérationnelles
- 4.4. Communication publique
 - 4.4.1. Acteurs de la communication politique
 - 4.4.2. Médias formels: presse et institutions
 - 4.4.3. Médias informels: réseaux et faiseurs d'opinion
- 4.5. Stratégies de communication institutionnelle
 - 4.5.1. Contenu des informations institutionnelles
 - 4.5.2. Objectifs de communication institutionnelle
 - 4.5.3. Principales stratégies de communication
- 4.6. Planification de l'agenda politique institutionnel
 - 4.6.1. Définition de l'agenda institutionnel
 - 4.6.2. Conception des Campagnes Institutionnelles
 - 4.6.3. Groupes cibles des campagnes
- 4.7. Communication gouvernementale: Gouvernement ouvert
 - 4.7.1. Le concept de gouvernement ouvert
 - 4.7.2. Moyens de Communication
 - 4.7.3. Types de messages
- 4.8. La communication politique dans les démocraties
 - 4.8.1. La demande d'information dans les sociétés démocratiques
 - 4.8.2. Les institutions comme sources d'information
 - 4.8.3. Les moyens de communication
- 4.9. Démocratie numérique
 - 4.9.1. Concept de démocratie numérique
 - 4.9.2. Le dialogue social sur Internet
 - 4.9.3. Éléments d'utilisation sur Internet
- 4.10. La responsabilité sociale des institutions
 - 4.10.1. Droits de l'homme et responsabilité sociale
 - 4.10.2. Changement climatique et responsabilité sociale
 - 4.10.3. L'éthique institutionnelle

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

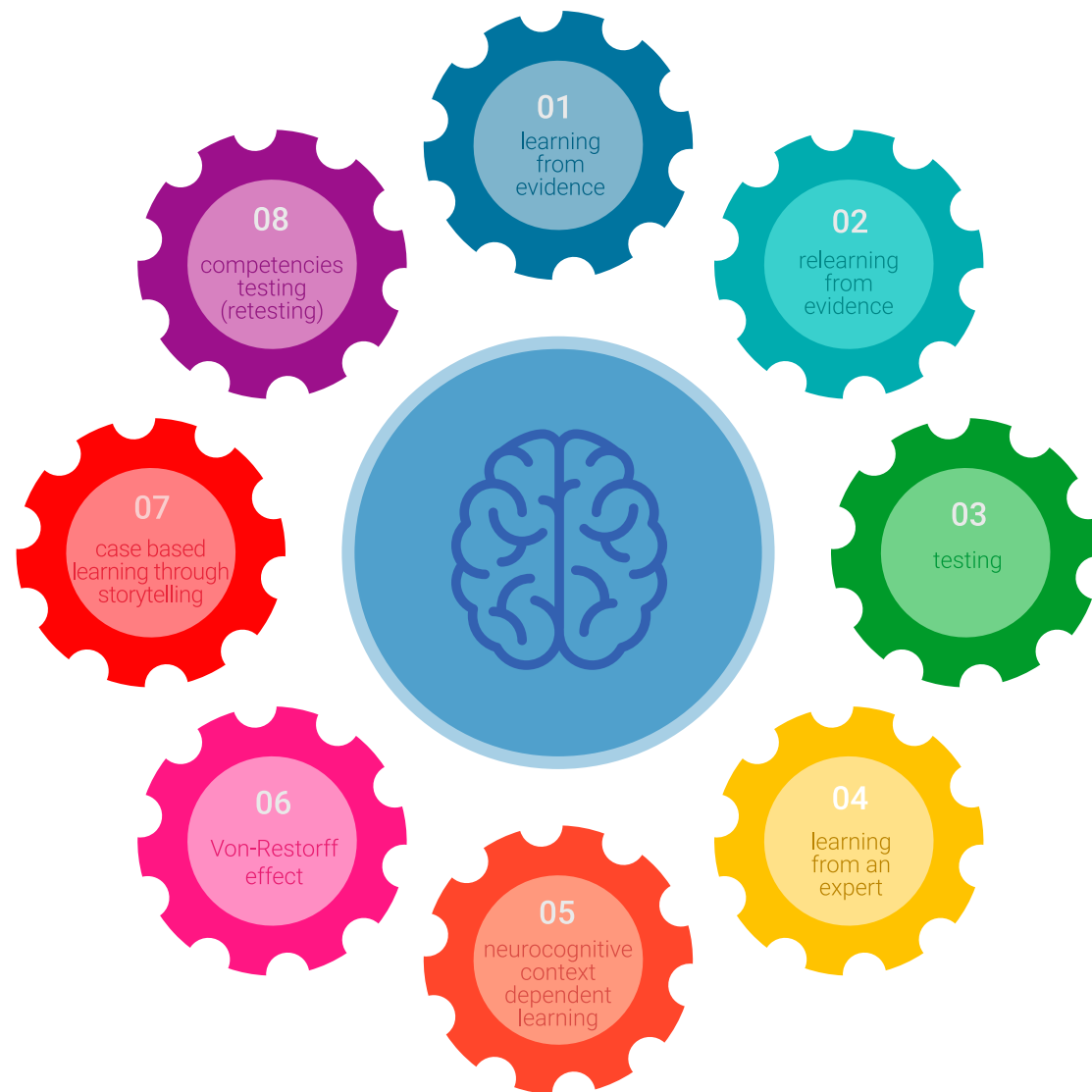
TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

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.



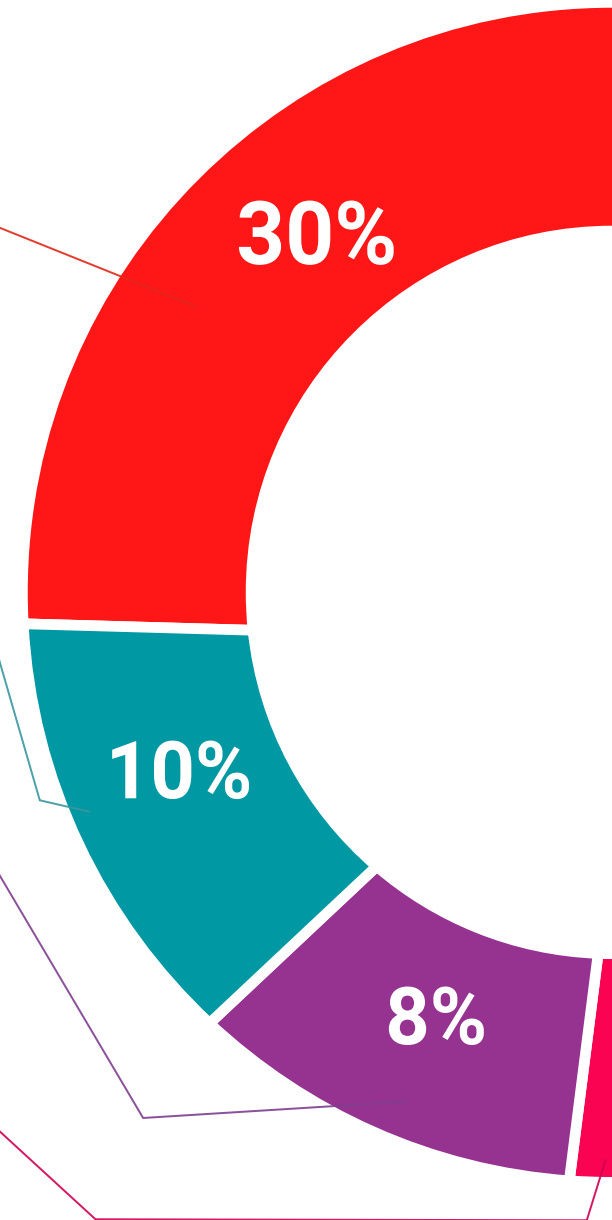
Pratiques en compétences et aptitudes

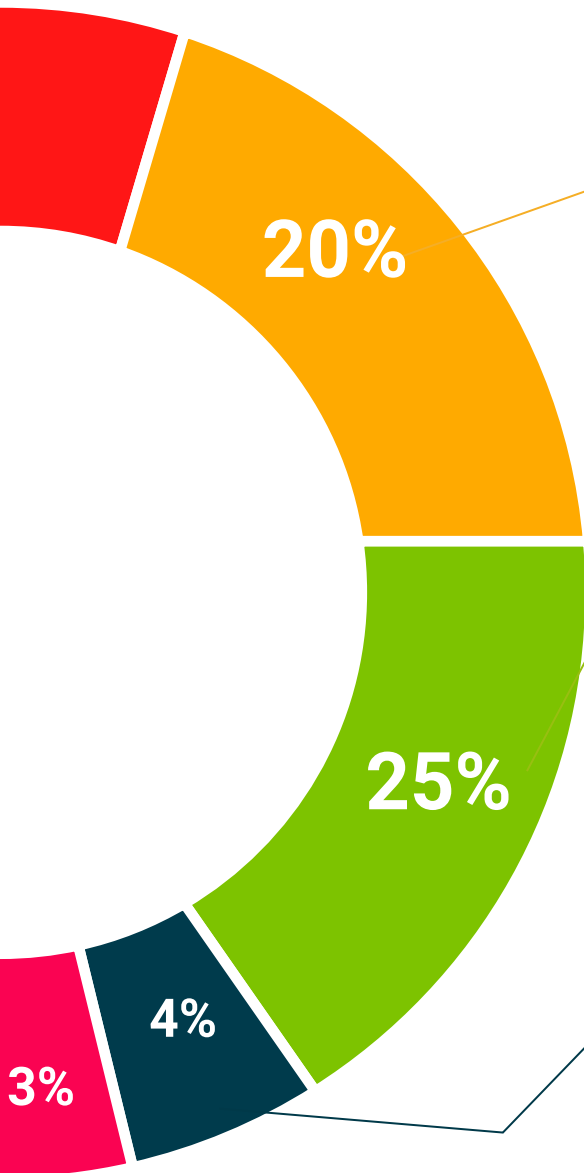
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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

N.º d'heures officielles: **450 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

Stratégie Commerciale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 4 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Stratégie Commerciale

