

Certificat Avancé

Stratégie d'Entreprise en Communication



Certificat Avancé Stratégie d'Entreprise en Communication

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-strategie-entreprise-communication

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 16

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

La communication est un élément clé de la Stratégie Commerciale, qui consiste en un recueil d'outils commerciaux dont la fonction est d'aider l'entreprise à aligner ses objectifs généraux par le biais d'un plan marketing élaboré. C'est dans ce contexte qu'est né ce programme TECH, qui offre à ses étudiants le cursus le plus complet dans ce domaine spécifique. Ainsi, tout au long de 12 mois de formation 100% en ligne, l'étudiant fera un tour complet de la planification stratégique des technologies de l'information, en passant en revue l'évolution historique du comportement organisationnel. En outre, ils auront accès à une grande quantité de matériel supplémentaire de haute valeur didactique.





“

Cette formation est la meilleure option que vous puissiez trouver pour vous spécialiser en Stratégie d'Entreprise en Communication"

Une stratégie d'entreprise est une méthodologie qui vise à atteindre un objectif au moyen d'un plan d'action stratégique pour chaque domaine fonctionnel de l'organisation.

L'équipe pédagogique de ce Certificat Avancé en Stratégie d'Entreprise en Communication a fait une sélection minutieuse de chacun des thèmes de cette formation pour offrir aux étudiants une opportunité d'étude la plus complète possible et toujours en lien avec l'actualité.

Ce Certificat Avancé fournit aux étudiants des outils et des compétences spécifiques pour développer avec succès leur activité professionnelle dans le vaste environnement du Stratégie d'Entreprise dans Communication. Il travaille sur des compétences clés telles que la connaissance de la réalité et de la pratique quotidienne des médias et développe la responsabilité dans le suivi et la supervision de leur travail, ainsi que les compétences de communication au sein de l'indispensable travail d'équipe.

Le programme est conçu pour fournir une formation en ligne équivalente à 600 heures d'études. Toutes les connaissances théoriques et pratiques sont présentées à travers des contenus multimédias de haute qualité, l'analyse de cas cliniques préparés par des experts, des mastère classes et des techniques vidéo qui permettent d'échanger des connaissances et des expériences, de maintenir et d'actualiser le niveau de Éducative de ses membres, de créer des protocoles d'action et de diffuser les évolutions les plus importantes dans le domaine.

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

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Gestion des Entreprises de Communication
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques pour réaliser le processus d'auto évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Elle met l'accent sur les méthodologies innovantes en matière de gestion des entreprises de communication
- ♦ 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



Ne manquez pas l'occasion de suivre ce Certificat Avancé en Stratégie d'Entreprise en Communication avec nous. C'est l'occasion idéale de faire progresser votre carrière”

“

Ce Certificat Avancé est le meilleur investissement que vous puissiez faire en choisissant un programme de remise à niveau pour actualiser vos connaissances en Stratégie d'Entreprise en Communication"

Le corps enseignant comprend des professionnels du domaine communication, qui apportent l'expérience de leur travail 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 axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du Certificat Avancé. Pour ce faire, le professionnel sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus et expérimentés dans la gestion des entreprises de communication.

Cette spécialisation dispose du meilleur matériel didactique, ce qui vous permettra d'étudier dans un contexte qui facilitera votre apprentissage.

Ce Certificat Avancé 100% en ligne vous permettra de combiner vos études avec votre travail professionnel tout en améliorant vos connaissances dans ce domaine.



02

Objectifs

Le Certificat Avancé en Stratégie d'Entreprise en Communication vise à faciliter la performance des professionnels dans ce domaine afin qu'ils puissent acquérir et apprendre les principales nouveautés dans ce domaine de la communication.



“

*C'est la meilleure option pour connaître
les dernières avancées en Stratégie
d'Entreprise en Communication”*



Objectif général

- Former le professionnel des médias pour qu'il soit capable de gérer une grande entreprise, en acquérant les connaissances nécessaires dans chaque domaine de l'entreprise

“

Une formation de haut niveau pédagogique qui vous permettra d'apprendre progressivement et d'intégrer rapidement ce que vous avez appris”





Objectifs spécifiques

Module 1. Stratégie d'entreprise

- ◆ Définir les dernières tendances et évolutions en matière de gestion d'entreprise
- ◆ Identifier les principales et dernières mises à jour dans le secteur des affaires
- ◆ Élaborer une feuille de route pour un parcours de suivi de la réalisation des objectifs
- ◆ Maintenir une compréhension claire des priorités de l'entreprise et rechercher des alternatives pour atteindre les objectifs

Module 2. Gestion des Entreprises de Communication

- ◆ Construire un plan de développement et d'amélioration des compétences personnelles et managériales
- ◆ Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes
- ◆ Définir la mission et la vision de l'entreprise, ainsi que son public et ce qu'elle veut transmettre à partir du rôle de la communication

Module 3. Communication stratégique et d'entreprise

- ◆ Connaître toutes les techniques de gestion d'une entreprise de communication
- ◆ Identifier les outils et les techniques pour la croissance de l'entreprise
- ◆ Connaître les canaux de communication au sein de l'entreprise, afin que les idées puissent être partagées immédiatement
- ◆ Réaliser un plan stratégique qui permette à la communication de créer un élan corporatif au sein du monde des affaires

Module 4. Environnements de marché et de communication

- ◆ Savoir comment gérer la réputation de votre entreprise
- ◆ Créer des lignes directrices pour atteindre un public cible plus large
- ◆ Identifiez les marques et les enseignes qui souhaitent s'engager avec votre entreprise afin d'augmenter leurs ventes

03

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans tous les aspects de la gestion du Marketing et de la communication politique, qui apportent l'expérience de leurs années de travail à ce programme. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Mastère Spécialisé de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.





“

Nous disposons du meilleur corps enseignant pour vous aider à atteindre la réussite professionnelle”

Directeur invité international

Forte d'une solide expérience en Communication et Marketing, Bianca Freedman a occupé le poste de Chief Executive Officer (CEO) de la division Canadienne d'Edelman, où elle a dirigé la stratégie, les opérations et la culture dans la région. En fait, elle a joué un rôle essentiel dans l'évolution, la promotion et la protection des marques et des réputations dans un environnement médiatique dynamique. En outre, elle a été l'un des experts en Executive Positioning au sein du réseau mondial d'Edelman, un domaine critique où les chefs d'entreprise sont de plus en plus demandés.

Elle a également occupé d'autres postes à responsabilité au sein d'Edelman, notamment en tant que Chief Operating Officer (COO) et General Manager. Dans ces fonctions, elle a dirigé certains des projets les plus importants et les plus complexes de l'organisation, tant dans le secteur privé que dans le secteur public, travaillant avec certaines des entreprises les plus prestigieuses du pays pour transformer leur présence auprès des employés, des clients et des actionnaires.

Au cours de sa carrière, Bianca Freedman a également occupé des postes chez InfinityComm Inc. en tant que Responsable des Comptes et des Relations Publiques, ainsi qu'au Credit Valley Hospital, où elle a occupé le poste de Coordinatrice du Marketing et des Communications. Elle a également occupé des postes de Responsable du Marketing, des Relations Publiques et des Médias Sociaux chez Walmart, où elle a joué un rôle déterminant dans l'innovation en matière de communication, tant au Canada que dans la région de la Baie de San Francisco, aux côtés du groupe mondial de commerce électronique de l'entreprise.

Membre active de la communauté, elle a notamment siégé au Conseil Consultatif des Relations Publiques de Humber et fait du bénévolat auprès de l'Association Communautaire pour les Riders Handicapés (CARD). Elle s'engage pleinement à supprimer les obstacles à l'entrée sur le marché du travail et à soutenir les talents à fort potentiel.



Mme Freedman, Bianca

- Chief Executive Officer (CEO) chez Edelman Canada, Toronto, Canada
- Responsable du Marketing, des Relations Publiques et des Médias Sociaux chez Walmart
- Coordinatrice du Marketing et des Communications à l'Hôpital Credit Valley
- Gestionnaire des comptes et des Relations Publiques chez InfinityComm Inc
- Bourse IWF en Administration et Gestion des Affaires à l'INSEAD
- Programme de Leadership Transformationnel, de Management et d'Administration des Affaires de la Harvard Business School
- Diplôme d'études supérieures en Relations Publiques du Humber College
- Licence en Sciences Politiques, Etudes en Communication, Université McMaster
- Membre de:
 - Conseil Consultatif des Relations Publiques de Humber
 - Association Communautaire pour les Riders Handicapés (CARD)

“

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

Direction



Mme Iñesta Fernández, Noelia

- Journaliste et Social Media Manager
- Responsable de Communication (G. Greterika Imp-Exp)
- Responsable de Communication et Marketing (A. Corporate)
- Community Manager dans les PME de canal Horeca
- Rédacteur en chef des médias locaux
- Doctorat en Recherche sur les Médias
- Master en Social Media Management
- Diplôme de Journalisme
- Technicien Supérieur en Production Audiovisuelle



04

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par les meilleurs professionnels du domaine de la Stratégie d'Entreprise en Communication, dotés d'une grande expérience et d'un prestige reconnu dans la profession.



“

Ce Certificat Avancé en Stratégie d'Entreprise en Communication contient le programme le scientifique plus complet et le plus actuel du marché”

Module 1. Stratégie d'entreprise

- 1.1. Direction stratégique
 - 1.1.1. Concepts de la stratégie
 - 1.1.2. Le processus de la direction stratégique
 - 1.1.3. Approches de la gestion stratégique
- 1.2. Planification et stratégie
 - 1.2.1. Le plan dans une stratégie
 - 1.2.2. Positionnement Stratégique
 - 1.2.3. La stratégie dans l'entreprise
 - 1.2.4. Planification
- 1.3. Mise en œuvre de la stratégie
 - 1.3.1. Approche des systèmes et processus d'indicateurs
 - 1.3.2. Carte stratégique
 - 1.3.3. Différenciation et alignement
- 1.4. Stratégie d'entreprise
 - 1.4.1. Concept de stratégie d'entreprise
 - 1.4.2. Types de stratégie d'entreprise
 - 1.4.3. Outils de définition des stratégies d'entreprise
- 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 et stratégie technologique
 - 1.6.1. Création de valeur pour les clients et les actionnaires
 - 1.6.2. Décisions stratégiques en matière de SI/TI
 - 1.6.3. Stratégie d'entreprise vs stratégie technologique et numérique



- 1.7. Stratégie concurrentielle
 - 1.7.1. Concept de stratégie concurrentielle
 - 1.7.2. Avantage concurrentiel
 - 1.7.3. Choix d'une stratégie concurrentielle
 - 1.7.4. Stratégies selon le modèle de l'horloge stratégique
 - 1.7.5. Types de stratégies en fonction du cycle de vie du secteur industriel
 - 1.8. Les dimensions de la stratégie Marketing
 - 1.8.1. Stratégique du Marketing
 - 1.8.2. Types de stratégies de Marketing
 - 1.9. Stratégie de vente
 - 1.9.1. Méthodes de vente
 - 1.9.2. Stratégies de recrutement
 - 1.9.3. Stratégies de service
 - 1.10. *Social Business*
 - 1.10.1. Vision stratégique du Web 2.0 et ses défis
 - 1.10.2. Opportunités de convergence et tendances en matière de TIC
 - 1.10.3. Comment rentabiliser le web 2.0 et les réseaux sociaux
 - 1.10.4. La mobilité et les affaires numériques
- Module 2. Gestion des Entreprises de Communication**
- 2.1. L'industrie de la Communication
 - 2.1.1. Médiamorphone
 - 2.1.2. La transformation digitale
 - 2.1.3. E-media
 - 2.2. Structure juridiques économique de l'entreprise communiquer
 - 2.2.1. Entreprise individuelle
 - 2.2.2. Sociétés commerciales
 - 2.2.3. Les conglomérats de médias
 - 2.3. Structure, gestion et défis de gestion
 - 2.3.1. Structure départementale des directions de la Communication
 - 2.3.2. Tendances actuelles des modèles de gestion
 - 2.3.3. Intégration des immobilisations incorporelles
 - 2.3.4. Les défis du département de la Communication
 - 2.4. Analyse stratégique et facteurs de compétitivité
 - 2.4.1. Analyse de l'environnement compétitif
 - 2.4.2. Déterminants de la compétitif
 - 2.5. Éthique des affaires
 - 2.5.1. Le comportement éthique dans les affaires
 - 2.5.2. Éthique et codes éthiques
 - 2.5.3. Fraude et conflits d'intérêts
 - 2.6. L'importance du Marketing dans les entreprises de Communication
 - 2.6.1. Stratégies de Marketing dans les médias traditionnels
 - 2.6.2. Impact des médias sociaux sur l'agenda médiatique
 - 2.7. Réflexion stratégique et système
 - 2.7.1. L'entreprise comme système
 - 2.7.2. La réflexion stratégique découle de la culture d'entreprise
 - 2.7.3. La réflexion stratégique découlant de la gestion des personnes
 - 2.8. *Branding*
 - 2.8.1. La marque et ses fonctions
 - 2.8.2. La Création de Marque (*Branding*)
 - 2.8.3. Architecture de la Marque
 - 2.9. Formulation de la stratégie créative
 - 2.9.1. Explorer les alternatives stratégiques
 - 2.9.2. *Contrabriefing* ou *Briefing creativo*
 - 2.9.3. *Branding* et *Positioning*
 - 2.10. Conception du manuel de crise/plan de communication de crise
 - 2.10.1. Prévenir la crise
 - 2.10.2. Gérer la communication de crise
 - 2.10.3. Récupération de la crise

Module 3. Communication stratégique et d'entreprise

- 3.1. La communication dans les organisations
 - 3.1.1. Organisations, personnes et société
 - 3.1.2. Évolution historique du comportement organisationnel
 - 3.1.3. Communication à double sens
- 3.2. Tendances de la communication d'entreprise
 - 3.2.1. Génération et distribution de contenu d'entreprise
 - 3.2.2. La communication d'entreprise sur le Web 2.0
 - 3.2.3. Mise en œuvre de métriques dans le processus de communication
- 3.3. Plan de Communication intégral
 - 3.3.1. Audit et diagnostic
 - 3.3.2. Élaboration du plan de communication
 - 3.3.3. Mesure des résultats: KPI et ROI
- 3.4. Communication interne
 - 3.4.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH
 - 3.4.2. Instruments et supports de communication interne
 - 3.4.3. Le plan de communication interne
- 3.5. Communication externe
 - 3.5.1. Actions de communication externe
 - 3.5.2. La nécessité de disposer de bureaux de communication
- 3.6. Gestion de la réputation
 - 3.6.1. Gestion de la réputation des entreprises
 - 3.6.2. L'approche de la réputation de la marque
 - 3.6.3. Gestion de la réputation des dirigeants
- 3.7. Communication et réputation digitale
 - 3.7.1. Rapport sur la réputation en ligne
 - 3.7.2. Étiquette et meilleures pratiques dans les réseaux sociaux
 - 3.7.3. *Branding* et *Networking 2.0*

- 3.8. La communication en situation de crise
 - 3.8.1. Définition et types de crise
 - 3.8.2. Phases de la crise
 - 3.8.3. Messages : contenu et calendrier
- 3.9. Lobbies et groupes de pression
 - 3.9.1. Groupes d'opinion et leurs activités dans les entreprises et les institutions
 - 3.9.2. Relations institutionnelles et *Lobbying*
 - 3.9.3. Domaines d'intervention, instruments réglementaires, stratégie et moyens de diffusion
- 3.10. Stratégie de la marque d'entreprise
 - 3.10.1. Image publique et *Stakeholders*
 - 3.10.2. Stratégie et gestion de l'image de *Marque* des entreprises
 - 3.10.3. Stratégie de communication d'entreprise alignée sur l'identité de la marque

Module 4. Environnements de marché et de Communication

- 4.1. Macro-environnement de l'entreprise
 - 4.1.1. Concept de macro-environnement
 - 4.1.2. Variables du macro-environnement
- 4.2. Micro-environnement de l'entreprise
 - 4.2.1. Approche de la notion de micro-environnement
 - 4.2.2. Acteurs du micro-environnement
- 4.3. Nouvel environnement concurrentiel
 - 4.3.1. Innovation technologique et impact économique
 - 4.3.2. Société de connaissance
 - 4.3.3. Le nouveau profil du consommateur
- 4.4. Connaître le marché et le consommateur
 - 4.4.1. Innovation ouverte (*Open Innovation*)
 - 4.4.2. Intelligence compétitive
 - 4.4.3. Économie compétitive

- 4.5. Le marché et les publics
 - 4.5.1. Profil des utilisateurs de médias
 - 4.5.2. Fragmentation de l'audience
- 4.6. Développement du plan de Marketing
 - 4.6.1. Concept du plan de Marketing
 - 4.6.2. Analyse et diagnostic de la situation
 - 4.6.3. Décisions stratégiques du Marketing
 - 4.6.4. Décisions de marketing opérationnel
- 4.7. Segmentation du marché
 - 4.7.1. Concept de la segmentation du marché
 - 4.7.2. Utilité et exigences de la segmentation
 - 4.7.3. Segmentation des marchés de consommation
 - 4.7.4. Segmentation des marchés industriels
 - 4.7.5. Stratégies de segmentation
 - 4.7.6. Segmentation sur la base des critères du Marketing-mix
- 4.8. Position Concurrentielle
 - 4.8.1. Concept de positionnement sur le marché
 - 4.8.2. Le Processus de positionnement
- 4.9. Segmentation commerciale
 - 4.9.1. Analyse des canaux de distribution, des zones de vente et des produits
 - 4.9.2. Préparation des zones commerciales
 - 4.9.3. Mise en œuvre du plan de visite
- 4.10. Responsabilité sociale des entreprises
 - 4.10.1. Engagement social
 - 4.10.2. Organisations durables
 - 4.10.3. L'éthique dans les organisations



*Cette formation vous
permettra de faire
progresser votre carrière de*

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

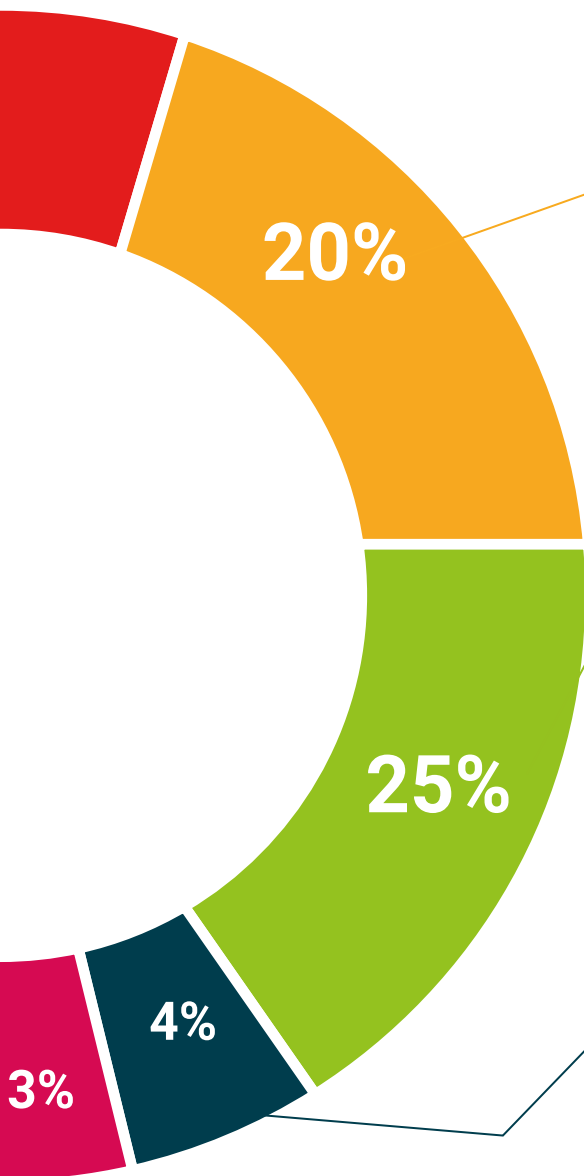
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 d'Entreprise en Communication vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Réussissez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans déplacements ni formalités fastidieuses"

Ce **Certificat Avancé en Stratégie d'Entreprise en Communication** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Stratégie d'Entreprise en Communication**

N.º d'Heures Officielles: **600 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé
Stratégie d'Entreprise
en Communication

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

Certificat Avancé

Stratégie d'Entreprise en Communication