

Formation Pratique

Publicité et Relations Publiques



tech



tech

Formation Pratique
Publicité et Relations Publiques

Sommaire

01

Introduction

Page 4

02

Pourquoi suivre cette
Formation Pratique?

Page 6

03

Objectifs

Page 8

04

Plan d'étude

Page 10

05

Où puis-je effectuer mon
Stage Pratique?

Page 12

06

Conditions générales

Page 14

07

Diplôme

Page 16

01

Introduction

Coca Cola, Netflix, Apple, McDonald's ou Nestlé sont des exemples clairs du pouvoir de la publicité, non seulement pour placer des entreprises de classe mondiale à la pointe de la concurrence, mais aussi pour les faire chuter, voire les ruiner, par des campagnes malheureuses. Elle est devenue une arme à double tranchant, dont la maîtrise peut faire la différence entre le succès et l'échec. Et comme la créativité ne suffit pas, TECH a développé un programme éminemment pratique qui permettra aux diplômés d'accéder à un stage de 120 heures dans une entreprise leader dans le domaine de la Publicité et des Relations Publiques, où ils acquerront l'expérience nécessaire pour accéder à des postes prestigieux sur le marché du travail grâce à la maîtrise de ses principales stratégies, notamment dans l'environnement numérique.

“

Un programme qui vous immergera de manière complète et pratique dans la Publicité dans l'environnement offline et online, afin que vous puissiez prendre en charge des projets de toute nature”





Toutes les grandes entreprises qui s'adressent à un vaste marché doivent disposer d'équipes de publicité et de relations publiques qui travaillent dans le but ultime de créer des liens de communication intéressants avec le public, ce qui est fondamental pour améliorer la réputation, créer une image de marque, fidéliser la clientèle et, en fin de compte, améliorer les ventes et, par conséquent, les bénéfices. Ce programme TECH promeut ces connaissances indispensables aux professionnels du journalisme et de la communication grâce à un séjour pratique intensif dans l'une des meilleures entreprises du secteur, atteignant ainsi son principal objectif qui est de faire d'eux les meilleurs spécialistes dans ce domaine.

Les services de publicité et de Relations Publiques des entreprises sont parmi les plus importants, car ils parviennent à améliorer la communication externe, en encourageant les opinions et en favorisant les liens avec les clients, en créant la confiance chez les consommateurs et en les incitant à acheter. En bref, ils font fonctionner toute la machinerie commerciale pour faire connaître la marque et obtenir une plus grande compétitivité sur le marché. C'est pourquoi l'engagement dans ces domaines a favorisé une croissance exponentielle ces dernières années, tant au niveau de l'offre que de la demande de main-d'œuvre.

Ainsi, les entreprises ne recherchent pas seulement des professionnels diplômés dans le domaine, mais aussi des personnes capables de démontrer que toutes ces connaissances peuvent être transférées de manière optimale dans leur travail quotidien. En ce sens, cette Formation Pratique permettra aux étudiants de développer toutes les compétences qu'ils pourront mettre en pratique dans la mise en œuvre de campagnes publicitaires et de stratégies de relations publiques efficaces pour la croissance et l'évolution de toute entreprise.

“

Profitez d'un stage intensif de trois semaines dans un centre prestigieux et mettez-vous à jour dans les dernières procédures qui vous permettront d'évoluer professionnellement"

02

Pourquoi suivre cette Formation Pratique?

La création de ce programme marquera un avant et un après pour les diplômés qui décideront de le suivre. Il s'agit d'une occasion unique de travailler intensivement au perfectionnement des compétences et des aptitudes créatives et communicatives grâce à la participation active des étudiants au travail quotidien d'une entreprise leader du secteur. De cette manière, ils pourront non seulement se tenir au courant des stratégies qui sont à l'avant-garde de la publicité hors ligne et en ligne, mais aussi investir leur temps pour se perfectionner professionnellement sous la direction des meilleurs spécialistes.



Une occasion unique de devenir un expert en Relations Publiques et Publicité grâce à un travail intensif et une pratique complète dans un centre de référence”

1. Actualisation des technologies les plus récentes

L'inscription à cette Formation Pratique permettra également au diplômé d'accéder aux meilleurs outils et applications dans le domaine de la communication et de la Publicité: programmes de conception, gestion de contenu, contrôle statistique, etc. De cette manière, vous pourrez travailler, pendant les 3 semaines de votre séjour, à la prise en main exhaustive de chacun d'entre eux, un aspect que vous pourrez par la suite inclure dans votre CV.

2. Exploiter l'expertise des meilleurs spécialistes

TECH envisage l'accompagnement par une équipe de professionnels de haut niveau dans le domaine de la Communication et du Journalisme, afin que le diplômé puisse mettre à jour sa pratique de leur main, en utilisant leur expérience dans le secteur pour mettre en œuvre les meilleures stratégies du moment dans sa pratique. Ils sauront ainsi, avec certitude, comment dominer le contexte publicitaire grâce à la conception de campagnes spécialisées.

3. Accéder à des milieux de premier ordre

L'inscription à ce programme permettra aux diplômés d'accéder à des environnements de premier ordre grâce à leur participation active à la gestion des contenus de différentes entreprises. Ainsi, dès le premier jour et avec l'équipe créative de l'entité dont ils font partie, ils travailleront intégralement à la conception de campagnes adaptées aux besoins du client et de ses produits.

4. Mettre en pratique au quotidien ce que vous apprenez dès le départ

Tout ce que les diplômés travaillent pendant le séjour pratique sera parfaitement applicable à l'environnement commercial actuel axé sur le domaine de la Publicité et des Relations Publiques. TECH garantit une expérience immersive actualisée et innovante, parfaitement compatible avec la demande actuelle du marché du travail. Ainsi, une fois les 120 heures effectuées, le diplômé sera en mesure de postuler à n'importe quel poste prestigieux dans les grandes entreprises de la région.

5. Élargir les frontières de la connaissance

L'achèvement des 3 semaines de stage permettra au diplômé d'entrer sur le marché du travail n'importe où, grâce au haut degré d'internationalisation que cette période et son plan d'études prévoient. TECH soumet ses entreprises à une analyse exhaustive, afin de sélectionner celles qui répondent aux normes professionnelles établies par les principales organisations du secteur pour une pratique coordonnée entre tous les pays.



*Vous serez en immersion totale
dans le centre de votre choix”*

03 Objectifs

L'objectif principal de ce programme est d'offrir aux professionnels une qualification de haut niveau qui sera fondamentale pour leur développement professionnel dans le domaine de la Publicité et des Relations Publiques. Un programme qui constituera une valeur ajoutée pour les étudiants, puisqu'ils pourront acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire adéquate, en utilisant les outils et les techniques les plus persuasifs pour créer des campagnes promotionnelles réussies de l'environnement numérique et hors ligne.



Objectifs généraux

- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour assurer une bonne communication dans tous les domaines, canaux et réseaux, en utilisant les langages appropriés à chaque style communicatif
- ♦ Maîtriser les concepts clés de la Publicité et des Relations Publiques
- ♦ Connaître les domaines de la Publicité et des Relations Publiques, leurs processus et leurs structures organisationnelles
- ♦ Développer la créativité et les stratégies appropriées en matière de Publicité et de Relations Publiques





Objectifs spécifiques

- ♦ Connaître les domaines de la publicité et des relations publiques, leurs processus et leurs structures organisationnelles
- ♦ Identifier les profils des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle
- ♦ Comprendre les systèmes d'analyse des campagnes de publicité et de relations publiques
- ♦ Savoir décrire la structure des agences de publicité
- ♦ Approche historique du phénomène de la publicité et relations publiques
- ♦ Savoir mettre en relation la publicité avec d'autres manifestations culturelles telles que la littérature, l'art ou le cinéma, entre autres
- ♦ Reconnaître la structure et la transformation de la société actuelle en relation avec les éléments, les formes et les processus de la communication publicitaire et des relations publiques
- ♦ Encourager la créativité et la persuasion à travers les différents supports et médias
- ♦ Comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu'elle joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques
- ♦ Identifier et analyser les processus psychosociaux, cognitifs et émotionnels de la communication publicitaire et des relations publiques
- ♦ Savoir réfléchir avec une solidité théorique et une rigueur empirique sur les processus grâce que le professionnel de la publicité et des relations publiques aide à construire et à exprimer l'opinion publique
- ♦ Identifier les multiples expressions, phénomènes et processus de l'opinion publique
- ♦ Maîtriser les éléments, les formes et les processus des langues publicitaires et d'autres formes de communication, en utilisant les connaissances de la langue espagnole, en analysant les différents niveaux et composants qui composent le système linguistique espagnol, ainsi que les produits discursifs qui sont encadrés dans les différentes typologies textuelles
- ♦ Reconnaître les éléments, formes et processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive
- ♦ Être capable d'utiliser les technologies et techniques de l'information et de la communication, dans les différents médias ou systèmes de médias combinés et interactifs
- ♦ Avoir la capacité d'analyser, traiter, interpréter, élaborer et structurer la communication numérique
- ♦ Savoir agir en tant que professionnel de la publicité et des relations publiques dans le respect des règles juridiques et éthiques de la profession
- ♦ Comprendre le service de communication au sein des entreprises et des institutions



Cette Formation Pratique vous ouvrira les portes des meilleures agences de publicité du pays”

04

Plan d'étude

La Formation Pratique de ce programme consiste en un séjour dans une entreprise leader du secteur, d'une durée de 3 semaines du lundi au vendredi, avec 8 heures consécutives de stage pratique avec un professionnel du secteur. Ce séjour permettra aux étudiants d'apprendre en profondeur comment le travail publiciste et des relations publiques doit être effectué, avec l'objectif principal d'augmenter le nombre de personnes intéressées par une marque, de lui créer une grande réputation et, surtout, d'augmenter les clients et les ventes.

Dans cette proposition de formation, de nature tout à fait pratique, les activités visent à développer et à perfectionner les compétences nécessaires à la réalisation de travaux de gestion dans les départements de publicité et de relations publiques, en acquérant les qualifications nécessaires pour gérer toutes les actions promotionnelles et publicitaires qui permettent d'attirer un public plus large, ainsi que d'établir des relations entre l'entreprise et les parties intéressées qui renforcent son image.

Il s'agit sans aucun doute d'une occasion d'apprendre en travaillant dans les services de publicité et de relations publiques des principales entreprises du secteur, en découvrant le travail quotidien de professionnels dotés d'une grande expérience. Il s'agit donc d'une option précieuse pour les étudiants qui souhaitent participer à tous les processus impliqués dans la conception, la planification et la mise en œuvre d'une campagne publicitaire.

Ainsi, le séjour pratique dans une entreprise de référence du secteur permettra à l'étudiant de réaliser un nombre minimum d'activités pratiques dans différents domaines et départements de l'entreprise, en obtenant une vue d'ensemble du secteur qui lui permettra d'entrer rapidement sur le marché du travail, en devenant l'un des professionnels les plus compétitifs du moment.

L'enseignement pratique sera dispensé avec la participation active de l'étudiant, qui réalisera les activités et les procédures de chaque domaine de compétence (apprendre à apprendre et apprendre à faire), avec l'accompagnement et l'orientation des enseignants et des autres stagiaires pour faciliter le travail en équipe et l'intégration multidisciplinaire en tant que compétences transversales pour la pratique quotidienne (apprendre à être et apprendre à être en relation).

Les procédures décrites ci-dessous constitueront la base de la partie pratique de la formation et leur mise en œuvre dépendront de la disponibilité et de la charge de travail du centre, les activités proposées étant les suivantes:



Inscrivez-vous à une institution qui peut vous offrir toutes ces possibilités, avec un programme académique innovant et une équipe humaine capable de vous accompagner au maximum"



Module	Activité pratique
Théorie et Justification de la Publicité et des Relations Publiques	Produire des pièces publicitaires
	Pratiquer la créativité publicitaire dans différents types de pièces publicitaires
	Planifier correctement les supports publicitaires
	Gérer les principaux outils de communication interne
	Préparer un plan de crise, avec une analyse de ses étapes et des relations publiques
	Utiliser les différents outils technologiques face à une crise
	Développer des supports publicitaires en fonction de l'évolution historique
	Utiliser les relations publiques de manière appropriée en fonction du contexte historique
Gestion de l'entreprise de publicité	Acquérir une connaissance de première main de la gestion économique de l'agence de publicité
	Travailler dans la publicité en fonction des objectifs et des cibles de l'activité
	S'adapter à l'organigramme interne de l'agence de publicité
	Participer à la communication interne des équipes, à leur gestion et à leur motivation
Utilisation de la Psychologie de la Communication	Créer des articles publicitaires basés sur la psychologie de la communication
	Appliquer l'utilisation des émotions et de la persuasion dans les textes et les articles publicitaires
	Adapter différents messages au destinataire, en se basant sur la psychologie et les nouveaux paradigmes d'information
Opinion Publique et langage publicitaire pour sa promotion	Élaborer différents messages en fonction de la perception et du cadre social de l'Opinion Publique
	Adapter les relations publiques à la psychologie sociale
	Appliquer les techniques d'analyse et les sondages d'opinion pour affiner le message publicitaire
	Connaître les fonctions du rédacteur dans un environnement de travail actif
	Corriger et adapter les textes publicitaires avec un souci particulier de rigueur, de clarté et de précision
Communication numérique et créativité	Évaluer les textes publicitaires en utilisant les nouvelles technologies et les nouveaux langages
	Distinguer le type de publicité à réaliser en fonction du support numérique
	Développer une stratégie de contenu et de narration adaptée aux environnements numériques
	Effectuer un suivi en ligne des activités publicitaires à l'aide d'outils de gestion et d'étude
	Développer un processus créatif efficace en Publicité et Relations Publiques
	Encourager un comportement créatif lors de la création de différents éléments publicitaires
Utilisation de la Psychologie de la Communication	Créer des pièces publicitaires à partir d'un problème spécifique à résoudre
	Créer des articles publicitaires basés sur la psychologie de la communication
	Appliquer l'utilisation des émotions et de la persuasion dans les textes et les articles publicitaires
Utilisation de la Psychologie de la Communication	Adapter différents messages au destinataire, en se basant sur la psychologie et les nouveaux paradigmes d'information

05

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

Afin de réaliser cette Formation Pratique, TECH conclut des accords de collaboration avec les principales entreprises dans le domaine de la publicité et des relations publiques au niveau national et international. De cette manière, les étudiants auront accès à des connaissances spécialisées et, plus important encore, pratiques, grâce auxquelles ils pourront apprendre à utiliser les outils, les techniques et les stratégies actuelles pour le développement de leur profession. Ainsi, grâce à l'expérience et au savoir-faire de ceux qui seront leurs collègues pendant 3 semaines, ils pourront améliorer leurs compétences et connaître le travail réel dans ce secteur.

“

Effectuez un stage intensif dans les meilleures entreprises de publicité et apprenez des professionnels du secteur”





L'étudiant pourra suivre cette formation dans les centres suivants:



Break Point Marketing

Pays Ville
Mexique Ville de Mexico

Adresse: Calle Montes Urales 424 4to piso
lomas-Virreyes, Lomas de Chapultepec, Miguel
Hidalgo C.P 11000 CDMX

Entreprise créative spécialisée en Marketing Numérique et
communication

Formations pratiques connexes:

- MBA en Marketing Numérique
- Conception Graphique



Amperson

Pays Ville
Mexique Ville de México

Adresse: Dr. Vertiz 652, int 302, Narvarte
Poniente, Benito Juárez, 03023,
Ciudad de México

Agence de Marketing et de Communication Numérique

Formations pratiques connexes:

- Conception Graphique
- Communication Publicitaire

06

Conditions générales

Assurance responsabilité civile

La principale préoccupation de cette institution est de garantir la sécurité des stagiaires et des autres collaborateurs nécessaires aux processus de formation pratique dans l'entreprise. Parmi les mesures destinées à atteindre cet objectif figure la réponse à tout incident pouvant survenir au cours de la formation d'apprentissage.

Pour ce faire, cette université s'engage à souscrire une assurance responsabilité civile pour couvrir toute éventualité pouvant survenir pendant le séjour au centre de stage.

Cette police d'assurance couvrant la responsabilité civile des stagiaires doit être complète et doit être souscrite avant le début de la période de formation pratique. Ainsi, le professionnel n'a pas à se préoccuper des imprévus et bénéficiera d'une couverture jusqu'à la fin du stage pratique dans le centre.



Conditions Générales de la Formation Pratique

Les conditions générales de la convention de stage pour le programme sont les suivantes:

1. TUTEUR: Pendant la Formation Pratique, l'étudiant se verra attribuer deux tuteurs qui l'accompagneront tout au long du processus, en résolvant tous les doutes et toutes les questions qui peuvent se poser. D'une part, il y aura un tuteur professionnel appartenant au centre de placement qui aura pour mission de guider et de soutenir l'étudiant à tout moment. D'autre part, un tuteur académique sera également assigné à l'étudiant, et aura pour mission de coordonner et d'aider l'étudiant tout au long du processus, en résolvant ses doutes et en lui facilitant tout ce dont il peut avoir besoin. De cette manière, le professionnel sera accompagné à tout moment et pourra consulter les doutes qui pourraient surgir, tant sur le plan pratique que sur le plan académique.

2. DURÉE: le programme de formation pratique se déroulera sur trois semaines continues, réparties en journées de 8 heures, cinq jours par semaine. Les jours de présence et l'emploi du temps relèvent de la responsabilité du centre, qui en informe dûment et préalablement le professionnel, et suffisamment à l'avance pour faciliter son organisation.

3. ABSENCE: En cas de non présentation à la date de début de la Formation Pratique, l'étudiant perdra le droit au stage sans possibilité de remboursement ou de changement de dates. Une absence de plus de deux jours au stage, sans raison médicale justifiée, entraînera l'annulation du stage et, par conséquent, la résiliation automatique de la formation. Tout problème survenant au cours du séjour doit être signalé d'urgence au tuteur académique.

4. CERTIFICATION: l'étudiant qui réussit la Formation Pratique recevra un certificat accréditant le séjour dans le centre en question.

5. RELATION DE TRAVAIL: La formation pratique ne constitue pas une relation de travail de quelque nature que ce soit.

6. ÉTUDES PRÉALABLES: certains centres peuvent exiger un certificat d'études préalables pour effectuer la Formation Pratique. Dans ce cas, il sera nécessaire de le présenter au département de formations pratiques de TECH afin de confirmer l'affectation du centre choisi.

7. NON INCLUS: La Formation Pratique ne comprend aucun élément non décrit dans les présentes conditions. Par conséquent, il ne comprend pas l'hébergement, le transport vers la ville où le stage a lieu, les visas ou tout autre avantage non décrit.

Toutefois, les étudiants peuvent consulter leur tuteur académique en cas de doutes ou de recommandations à cet égard. Ce dernier lui fournira toutes les informations nécessaires pour faciliter les démarches.

07 Diplôme

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme de **Formation Pratique en Publicité et Relations Publiques** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique du monde.

TECH Global University est une Université Européenne Officielle reconnue publiquement par le Gouvernement d'Andorre ([journal officiel](#)). L'Andorre fait partie de l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur (EEES) depuis 2003. L'EEES est une initiative promue par l'Union européenne qui vise à organiser le cadre international de formation et à harmoniser les systèmes d'enseignement supérieur des pays membres de cet espace. Le projet promeut des valeurs communes, la mise en œuvre d'outils communs et le renforcement de ses mécanismes d'assurance qualité afin d'améliorer la collaboration et la mobilité des étudiants, des chercheurs et des universitaires.

Ce diplôme de Formation Pratique de **TECH Global University** est un programme européen de formation continue et d'actualisation professionnelle qui garantit l'acquisition de compétences dans son domaine de connaissances, conférant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit le programme.

Diplôme: **Formation Pratique en Publicité et Relations Publiques**

Durée: **3 semaines**

Modalité: **du lundi au vendredi, durant 8 heures consécutives**

Heures totales: **120 h de pratiques professionnelles**

Reconnaissance: **5 crédits ECTS**



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

Formation Pratique
Publicité et Relations Publiques

Formation Pratique

Publicité et Relations Publiques



tech