

Certificat

Creative Branding: Communication et Gestion des Marques Créatives





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

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 20

06

Diplôme

page 28

01 Présentation

S'il y a une chose qui est importante dans une entreprise, c'est bien sa personnalité. La perception que le public a des grandes marques n'est pas une coïncidence, car toute cette responsabilité incombe à l'équipe chargée du *Branding*. Aujourd'hui, se démarquer devient de plus en plus complexe car il existe un nombre infini de marques, c'est pourquoi la figure du *Brand Manager* prend une importance particulière. Ce programme apprend aux étudiants à mettre tout leur talent et leur créativité au service du grand travail de communication de l'entreprise, un domaine en pleine expansion et en constante évolution où les mieux préparés finissent par réussir.



“

Vous avez des centaines de slogans dans votre tête. Il est maintenant temps pour vous de commencer à les fabriquer”

Si la gestion de la marque est déjà importante en soi, lorsqu'il s'agit de sociétés de design, cette importance est multipliée, car la marque propre de l'entreprise sera le premier reflet de sa qualité et de son talent. Ce phénomène, conjugué au niveau élevé de concurrence dans le secteur, pousse de plus en plus de profils professionnels spécialisés dans la gestion et la communication du *Creative Branding*, une manière encore plus créative de transmettre la personnalité de l'entreprise.

Le *Creative Branding* comprend non seulement la marque et sa représentation visuelle auprès des clients, mais aussi la manière dont elle communique, s'exprime, l'expérience du client et même le *Storytelling* qui peut survenir au cours des différents processus que traverse l'acheteur, devenant ainsi une vente créative. Ce Certificat en Creative Branding : Communication et Gestion de Marque Créative, l'étudiant apprendra ce qui est le plus important en matière de communication, ainsi que toutes les stratégies nécessaires au succès d'une marque.

Le support didactique aborde en profondeur l'ensemble du *Branding* de la marque. De sa construction et de son identité à la planification stratégique et à la manière d'étudier le succès d'une campagne spécifique. À l'issue de ce Certificat, l'étudiant saura aborder l'ensemble du processus créatif lié à la création, à la gestion et à l'évaluation d'une marque, depuis ses débuts jusqu'à son établissement.

Ainsi, ce programme offre une occasion unique aux étudiants de se spécialiser dans un domaine très demandé dans toute entreprise de design, où l'on apprécie les personnes créatives qui peuvent apporter leurs connaissances et leurs solutions aux problèmes actuels.

Ce **Certificat en Creative Branding: Communication et Gestion de Marques Créatives** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Une étude approfondie de tous les aspects par lesquels une marque est connue
- ♦ Une attention particulière est accordée au détail de l'ensemble du processus créatif de *Creative Branding*, de la conception à l'exécution des plans de communication
- ♦ Les différentes ressources et outils fournis aux étudiants pour une utilisation ultérieure sur le lieu de travail
- ♦ L'accent mis sur les méthodologies innovantes qui améliorent le profil de l'étudiant par rapport à d'autres cours similaires

“ *Vous savez que vous pouvez être l'architecte de grandes marques, il suffit de vous faire confiance et de vous spécialiser. Just Do It*”

“ *Si vous pensez que vous pouvez vraiment changer le monde, vous êtes dans le bon Certificat. Think Different*”

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du secteur qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel. En d'autres termes, un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'apprentissage par Problèmes. Ainsi le médecin devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Le Creative Branding est un moyen innovant de relier les marques aux personnes. Faites le grand saut et commencez à mettre les entreprises en relation avec leurs clients. Connecting People.

Démarquez-vous avec un profil spécialisé dans l'image de marque créative et faites de votre talent le moteur de votre vie.



02 Objectifs

Ce Certificat a été conçu pour que l'étudiant puisse tirer le meilleur parti de ses contenus, en mettant à sa disposition les meilleurs outils didactiques disponibles. Afin de garantir l'excellence la plus élevée possible, TECH s'assure, grâce à ces objectifs généraux et spécifiques, que l'étudiant acquiert toutes les compétences d'apprentissage nécessaires et vitales.

“

Votre objectif le plus important, c'est vous. Spécialisez-vous dans l'image de marque créative et créez l'avenir dont vous avez toujours rêvé"





Objectifs généraux

- ◆ Apprendre à identifier les composantes les plus essentielles par lesquelles une marque s'adresse à son public
- ◆ Acquérir les connaissances spécifiques pour gérer la marque, la communication et l'image d'une entreprise
- ◆ Inculquer l'imagination et l'inventivité pour résoudre les problèmes dans le domaine de la gestion créative
- ◆ Renforcer l'intégration des connaissances acquises dans des situations pratiques réelles
- ◆ Comprendre comment la créativité est fondamentale dans la communication et la gestion créative des marques dans tout secteur du design
- ◆ Apprendre aux étudiants à s'adapter à des réalités différentes, en leur fournissant les outils nécessaires pour analyser le marché et les différentes actions de communication
- ◆ Encourager la capacité à se mettre progressivement à jour afin d'être toujours préparé à une réalité changeante
- ◆ Développer des compétences en communication, tant écrite qu'orale, qui serviront de pilier à toute gestion créative de la marque



Objectifs spécifiques

- ◆ Connaître en profondeur ce qui fait le succès d'une marque, comment elle est perçue par le public et appliquer ce savoir-faire au travail quotidien
- ◆ Couvrir toutes les étapes de la Creative Branding, de la conception de la marque à la customer experience
- ◆ Planifier des stratégies fructueuses, avec des tactiques et des plans de production qui garantissent une gestion efficace de la marque et de ses ressources
- ◆ Savoir évaluer le niveau de réussite d'une action de communication donnée, avec des outils spécifiques à cet effet



“ Votre objectif professionnel est le même que celui de TECH: Devenez le meilleur expert en Creative Branding pour booster votre carrière”

03

Direction de la formation

TECH choisit les meilleurs professionnels dans chaque domaine pour élaborer les contenus didactiques, ce qui garantit que l'étudiant apprendra des meilleurs experts. Grâce à leur expérience professionnelle en *Creative Branding*, les étudiants pourront développer leur potentiel au maximum et acquérir les connaissances les plus récentes du marché auprès des meilleurs.

“

Le moment qui marquera votre future carrière est arrivé et l'équipe d'experts de TECH vous aidera à réussir dans la gestion des marques créatives"

Chef d'orchestre invité international

S. Mark Young est un expert de renommée internationale qui a concentré ses recherches sur l'Industrie du Divertissement. Ses conclusions ont été récompensées à de nombreuses reprises, notamment par le Prix 2020 pour l'Ensemble de sa carrière en Comptabilité et Gestion, décerné par la Société Américaine de Comptabilité (American Accounting Association). Il a également reçu trois prix pour sa contribution à la littérature académique dans ces domaines.

L'une des étapes les plus importantes de sa carrière a été la publication de l'étude "Narcissism and Celebrities", en collaboration avec le Dr Drew Pinsky. Ce texte rassemble des données directes sur des personnalités célèbres du Cinéma et de la Télévision. En outre, dans cet article, qui deviendra plus tard un livre à succès, l'expert analyse les comportements narcissiques des stars du cinéma et la façon dont ils sont devenus normalisés dans les médias modernes. Dans le même temps, l'impact de ces comportements sur la jeunesse contemporaine a été abordé.

Tout au long de sa vie professionnelle, Young s'est également intéressé à l'organisation et à l'orientation de l'industrie cinématographique. Il a notamment étudié des modèles permettant de prédire le succès des grands films au box-office. Il a également contribué à la comptabilité par activités et à la conception de systèmes de contrôle. En particulier, son influence sur la mise en œuvre d'une gestion efficace basée sur la Balanced Scorecard est bien connue.

Le travail universitaire a également marqué sa vie professionnelle, et il a été élu à la Chaire de Recherche George Bozanic et Holman G. Hurt en Affaires Sportives et Divertissantes. Il a également enseigné et participé à des programmes d'études liés à la Comptabilité, au Journalisme et à la Communication. Parallèlement, ses études de premier et de deuxième cycle l'ont mené dans de prestigieuses universités américaines telles que Pittsburgh et l'Ohio.



Dr. Young, S. Mark

- Directeur de la Chaire George Bozanic et Holman G. Hurt sur les Affaires du Sport et du Divertissement
- Historien Officiel de l'Équipe Masculine de Tennis de l'Université de Californie du Sud
- Chercheur académique spécialisé dans le Développement de Modèles Prédicatifs pour l'Industrie Cinématographique
- Co-auteur du livre "Narcissism and Celebrities"
- Doctorat en Sciences Comptables de l'Université de Pittsburgh
- Master en Comptabilité de l'Ohio State University
- Licence en Sciences Économiques de l'Oberlin College
- Membre du Centre pour l'Excellence dans l'Enseignement

“

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

Direction



Dr Velar, Marga

- Corporate Marketing Manager en SGN Group (New York)
- Directrice de Forefashion Lab
- Diplôme en Communication Audiovisuelle et diplôme en Communication et Gestion de la Mode du Centre Universitaire Villanueva, Université Complutense
- Doctorat en communication de l'Université Carlos III de Madrid
- MBA en Gestion des Affaires de la Mode par l'ISEMFashion Business School
- Professeur au Centre Universitaire Villanueva, à l'ISEMFashion Business School et à la faculté de Communication de l'Université de Navarre



Ce Certificat en Creative Branding: Communication et Gestion de Marques Créatives a été développé en gardant à l'esprit la plus grande facilité d'apprentissage pour l'étudiant. Le module se compose de 10 sujets qui couvrent des concepts très spécifiques et clairs, aidant les étudiants à les assimiler. En outre, le corps enseignant a soigneusement sélectionné toutes les matières à enseigner dans ce cours, garantissant ainsi un contenu pédagogique de haute qualité et adapté aux besoins du marché du travail moderne.



Creative

“

Vous savez qu'avec des efforts et du dévouement, vous pouvez réaliser tout ce que vous voulez. Vous avez juste besoin d'un coup de pouce supplémentaire pour devenir un expert en Creative Branding"

Module 1. Creative Branding: Communication et gestion des marques créatives

- 1.1. *Brands and branding*
 - 1.1.1. Les marques
 - 1.1.2. Évolution du *branding*
 - 1.1.3. Positionnement, personnalité de la marque, notoriété
- 1.2. Développement de la marque
 - 1.2.1. *Marketing Mix*
 - 1.2.2. Architecture de la marque
 - 1.2.3. Identité de la marque
- 1.3. Expression de la marque
 - 1.3.1. Identité graphique
 - 1.3.2. Expression visuelle
 - 1.3.3. Autres éléments reflétant la marque
- 1.4. Communication
 - 1.4.1. Approches
 - 1.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 1.4.3. Techniques et outils de communication
- 1.5. *Branded Content*
 - 1.5.1. Des marques aux plateformes de divertissement
 - 1.5.2. L'essor du contenu de marque
 - 1.5.3. Créer un lien avec le public grâce à des histoires uniques
- 1.6. *Visual Storytelling*
 - 1.6.1. Analyse de la marque
 - 1.6.2. Concepts publicitaires créatifs
 - 1.6.3. Vente créative
- 1.7. *Customer Experience*
 - 1.7.1. *Customer experience (CX)*
 - 1.7.2. *Customer journey*
 - 1.7.3. Alignement de la marque et CX



- 1.8. Planification stratégique
 - 1.8.1. Objectifs
 - 1.8.2. Identification des audiences et *insights*
 - 1.8.3. Conception de la stratégie
- 1.9. *Performance*
 - 1.9.1. Le *Briefing*
 - 1.9.2. Tactiques
 - 1.9.3. Plan de production
- 1.10. Évaluation
 - 1.10.1. Que faut-il évaluer?
 - 1.10.2. Comment évaluer? (outils de mesure)
 - 1.10.3. Communication des résultats

“ Avec toutes ces connaissances à portée de main, vous serez en mesure de spécialiser votre carrière et de vous distinguer dans le domaine du design en apportant des approches innovantes ”

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 Relearning, un système qui renonce à 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 exigent 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 des activités collaboratives et des 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 a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. 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

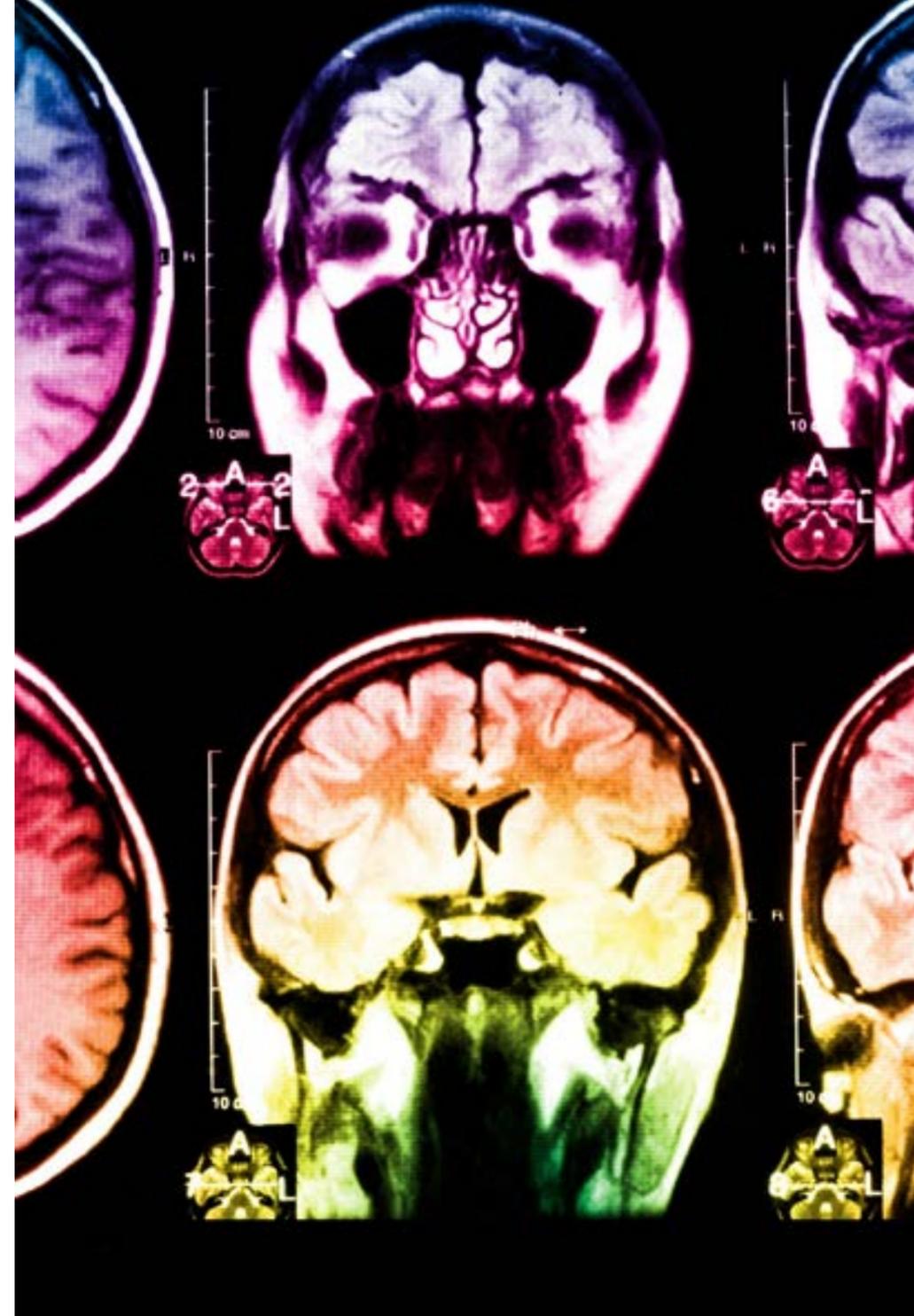
TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

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 apprendrez 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). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné 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 formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des 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 support matériel 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 de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



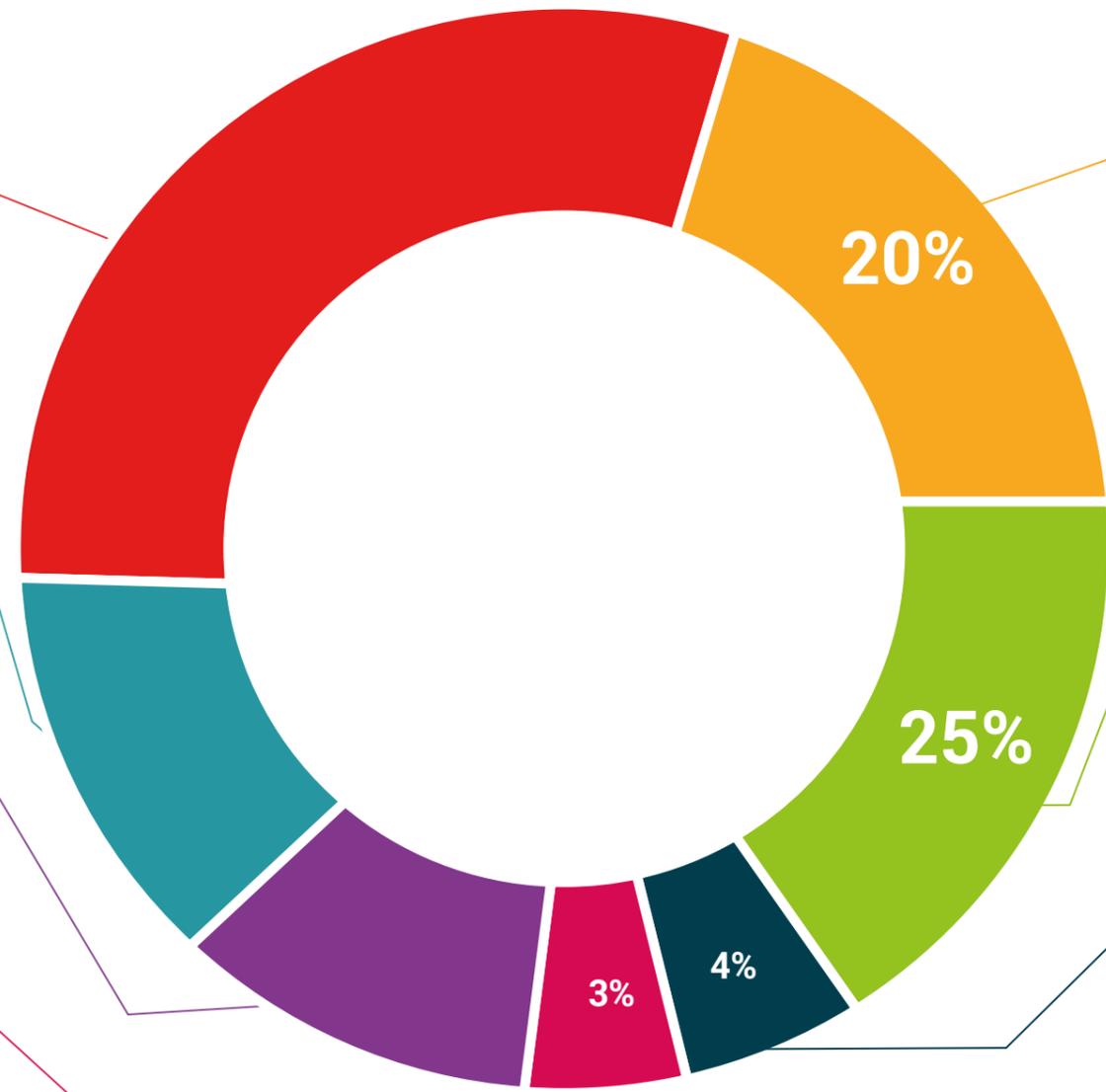
Pratiques en compétences et aptitudes

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 en Creative Branding: Communication et Gestion des Marque Créatives vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat 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 en Creative Branding: Communication et Gestion de Marques Créatives** 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** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Certificat en Creative Branding: Communication et Gestion de Marques Créatives**

N.º d'heures officielles: 150 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
Creative Branding:
Communication et Gestion
des Marques Créatives

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

Certificat

Creative Branding: Communication et Gestion des Marques Créatives

