

Certificat Avancé Branding





Certificat Avancé Branding

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

Accès au site: www.techtute.com/fr/design/diplome-universite/diplome-universite-branding

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 20

05

Diplôme

page 28

01

Présentation

Le Branding ou le développement de la marque est l'un des domaines de travail les plus demandés en matière de design graphique. Dans cette formation spécialement créée pour les professionnels de ce secteur, vous acquerez les compétences nécessaires pour travailler avec confiance et solvabilité. À cette fin, la possibilité est offerte d'acquérir les compétences d'un professionnel spécialisé par le biais d'une formation qui assurera la croissance de l'emploi sans problèmes de conciliation. Une occasion unique de développement et de promotion.

Dictionary

brand

l'bran

cast **marketing** charac

pecial • variety • new • business id

cts that are all made by a particular company and all have a pa

something ... a animal (such as a cow) to show who own

cter.class
ideas

rticular name

s the animal

“

Un cours de haute intensité qui vous permettra de mesurer d'évoluer dans marque des avec la solvabilité des meilleurs professionnels du secteur"

Ce Certificat Avancé en Branding a été structuré pour offrir un processus intéressant, interactif et surtout, efficace, pour se former à tout ce qui concerne ce sujet. Pour y parvenir, TECH propose un parcours de croissance très clair et continu, qui est également 100% compatible avec d'autres professions.

Grâce à une méthodologie exclusive, ce Certificat Avancé vous fera découvrir toutes les façons de travailler en Branding dont le professionnel a besoin pour rester à l'avant-garde et connaître les phénomènes changeants de cette forme de communication.

Cette formation abordera donc les aspects qu'un designer doit connaître pour planifier, développer et finaliser un Branding complet. Il s'agit d'un parcours éducatif qui augmentera progressivement les compétences de l'étudiant pour l'aider à relever les défis d'un professionnel de premier ordre.

Le Certificat Avancé en Branding est présenté comme une option viable pour un professionnel qui décide de travailler de manière indépendante, mais aussi de faire partie d'une organisation ou d'une entreprise. Une piste intéressante de développement professionnel qui bénéficiera des connaissances spécifiques que nous mettons désormais à votre disposition dans cette formation.

Ce **Certificat Avancé en Branding** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Développement d'un grand nombre de cas pratiques présentés par des experts
- ◆ Un contenu graphique, schématique et éminemment pratique
- ◆ Développements et avancées nouveaux et de pointe dans ce domaine
- ◆ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Des méthodologies innovantes et très efficaces
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Ce programme vous permettra d'améliorer vos compétences et d'actualiser vos connaissances en marque"

“

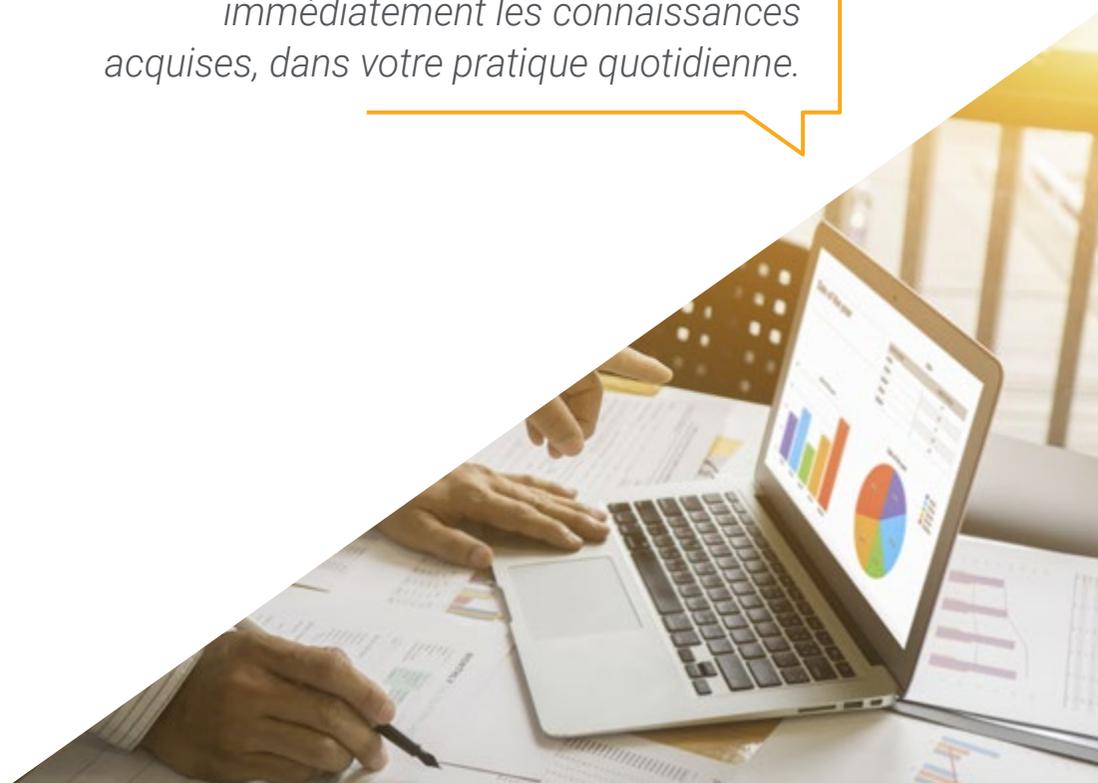
Toutes les connaissances nécessaires au professionnel du graphisme dans ce domaine, compilées dans un Certificat Avancé très efficace, qui optimisera votre effort avec les meilleurs résultats”

Le développement de ce programme est axé sur la mise en pratique de l'apprentissage théorique proposé Grâce aux systèmes d'enseignement les plus efficaces, aux méthodes contrastées importées des universités les plus prestigieuses du monde, l'étudiant pourra acquérir nouvelles connaissances de manière éminemment pratique. De cette façon, TECH s'efforce de convertir l'effort en compétences réelles et immédiates.

Le système en ligne est un autre des points forts de la proposition de formation. Avec une plateforme interactive bénéficiant des avantages des dernières évolutions technologiques, les outils numériques les plus interactifs nous vous à disposition. Il est ainsi possible offrir une forme d'apprentissage totalement adaptable à vos besoins, afin que parfaitement combiner, cette formation avec votre vie personnelle ou professionnelle.

Un apprentissage pratique et intensif qui vous donnera tous les outils nécessaires pour travailler dans ce domaine, dans un Certificat Avancé spécifique et concret.

Une formation créée pour vous permettre de mettre en œuvre presque immédiatement les connaissances acquises, dans votre pratique quotidienne.



02 Objectifs

L'objectif de ce Certificat Avancé en Branding est d'offrir aux professionnels un parcours complet pour acquérir les connaissances et les compétences nécessaires à la pratique professionnelle dans ce secteur, avec la sécurité d'apprendre des meilleurs et une forme d'apprentissage basée sur la pratique qui leur permettra de compléter leur formation avec les connaissances nécessaires pour effectuer leur travail en toute sécurité et compétence.

INBOU
MARKE
STRAT



ND
ETING
EGY



“

Notre objectif est simple: vous aider à obtenir la mise à jour la plus complète dans un Certificat Avancé totalement compatible avec vos obligations professionnelles et personnelles”



Objectif général

- ◆ Apprenez tous les aspects de la création d'un sur tout type de support dans lequel il peut être développer

“

Une opportunité créée pour les professionnels qui recherchent un programme intensif et efficace leur permettant de faire un pas en avant significatif dans leur profession”





Objectifs spécifiques

Module 1. Introduction à la couleur

- ◆ Comprendre l'importance de la couleur dans l'environnement visuel
- ◆ Acquérir l'aptitude à observer, organiser, discriminer et gérer les couleurs
- ◆ Appliquer les fondements psychologiques et sémiotiques de la couleur dans le design
- ◆ Capturer, manipuler et préparer la couleur pour l'utiliser dans les médias physiques et virtuels
- ◆ Acquérir la capacité de formuler des jugements indépendants, au moyen d'arguments
- ◆ Savoir se documenter, analyser et interpréter les sources documentaires et littéraires avec ses propres critères

Module 2. Image de l'entreprise

- ◆ Comprendre les concepts de base qui font partie de la politique de communication d'une organisation: son identité, sa culture, sa façon de communiquer, son image, sa marque, sa réputation et sa responsabilité sociale
- ◆ Comprendre les domaines stratégiques qu'un responsable graphique doit gérer dans le processus de communication de l'identité graphique et visuelle des marques
- ◆ Connaître les outils et les stratégies théoriques et pratiques qui facilitent la gestion de la communication institutionnelle et d'entreprise dans les organisations de tous types
- ◆ Savoir choisir correctement un mode d'organisation de l'information et de la communication pour la bonne utilisation d'une marque
- ◆ Rechercher et identifier les éléments les plus significatifs de l'entreprise-client, ainsi que leurs besoins pour la création de stratégies et de messages communicatifs
- ◆ Développer un système réglementé de normes graphiques de base basé sur des éléments d'identité visuelle/de marque

Module 3. Création de portefeuille

- ◆ Créer des récits audiovisuels en appliquant correctement les critères de convivialité et d'interactivité
- ◆ Identifier la figure du designer dans le panorama du travail
- ◆ Connaître les techniques, méthodes, outils et réseaux pour promouvoir le travail personnel
- ◆ Comprendre le protocole éthique à suivre dans la pratique professionnelle
- ◆ Être capable d'identifier les forces et les faiblesses en soi
- ◆ Savoir valoriser économiquement son propre travail

Module 4. Typographie

- ◆ Connaître les principes syntaxiques du langage graphique et appliquer ses règles pour décrire des objets et des idées de façon claire et précise
- ◆ Connaître l'origine des lettres et leur importance historique
- ◆ Reconnaître, étudier et appliquer de manière cohérente la typographie aux processus graphiques
- ◆ Connaître et appliquer les fondements esthétiques de la typographie
- ◆ Savoir analyser la disposition des textes dans l'objet de conception

03

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par une équipe de professionnels, conscients de la pertinence actuelle de la formation pour avancer sur le marché du travail avec sécurité et compétitivité, et pour exercer la profession avec excellence.

INBOU
MARKE
STRAT



STRATEGY



VISITORS



LEADS

UND
ETING
EGY



CUSTOM



“

Ce Certificat Avancé en Branding contient le programme le d'apprentissage plus complet et le plus actuel du marché”

Module 1. Introduction à la couleur

- 1.1. La couleur, principes et propriétés
 - 1.1.1. Introduction à la couleur
 - 1.1.2. Lumière et couleur: la synesthésie chromatique
 - 1.1.3. Attributs de la couleur
 - 1.1.4. Pigments et teintures
- 1.2. Les couleurs sur le cercle chromatique
 - 1.2.1. Le cercle chromatique
 - 1.2.2. Couleurs froides et chaudes
 - 1.2.3. Couleurs primaires et dérivées
 - 1.2.4. Relations chromatiques: harmonie et contraste
- 1.3. Psychologie des couleurs
 - 1.3.1. Construction de la signification d'une couleur
 - 1.3.2. Charge émotionnelle
 - 1.3.3. Valeur dénotative et connotative
 - 1.3.4. Le marketing émotionnel. Charge des couleurs
- 1.4. Théorie des couleurs
 - 1.4.1. Une théorie scientifique. Isaac Newton
 - 1.4.2. La théorie des couleurs de Goethe
 - 1.4.3. Participer à la théorie des couleurs de Goethe
 - 1.4.4. La psychologie des couleurs selon Eva Heller
- 1.5. Insister sur la classification des couleurs
 - 1.5.1. Le double cône de Guillermo Ostwald
 - 1.5.2. Le solide d'Albert Munsell
 - 1.5.3. Le cube d'Alfredo Hicethier
 - 1.5.4. Le triangle de la CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)



- 1.6. L'étude individuelle des couleurs
 - 1.6.1. Noir et Blanc
 - 1.6.2. Couleurs neutres. Les niveaux de gris
 - 1.6.3. Monochrome, duochrome, polychrome
 - 1.6.4. Aspects symboliques et psychologiques des couleurs
- 1.7. Modèles de couleur
 - 1.7.1. Modèle soustractif. Mode CMYK
 - 1.7.2. Modèle additif. Mode RGB
 - 1.7.3. Modèle HSB
 - 1.7.4. Système Pantone. Système Pantone
- 1.8. Du Bauhaus à Murakami
 - 1.8.1. Le Bauhaus et ses artistes
 - 1.8.2. La théorie de la Gestalt au service de la couleur
 - 1.8.3. Josef Albers. Interaction des couleurs
 - 1.8.4. Murakami, les connotations de l'absence de couleur
- 1.9. La couleur dans le projet de design
 - 1.9.1. Pop art. La couleur des cultures
 - 1.9.2. Créativité et couleur
 - 1.9.3. Artistes contemporains
 - 1.9.4. Analyse des différentes optiques et perspectives
- 1.10. Gestion des couleurs dans l'environnement numérique
 - 1.10.1. Espaces de couleurs
 - 1.10.2. Profils de couleur
 - 1.10.3. Calibrage du moniteur
 - 1.10.4. Ce qu'il faut rechercher

Module 2. Image de l'entreprise

- 2.1. L'identité
 - 2.1.1. Idée d'identité
 - 2.1.2. Pourquoi cherche-t-on l'identité?
 - 2.1.3. Types d'identité
 - 2.1.4. Identité numérique
- 2.2. Identité d'entreprise
 - 2.2.1. Définition. Pourquoi avoir une identité d'entreprise?
 - 2.2.2. Facteurs influençant l'identité d'entreprise
 - 2.2.3. Composants de l'identité d'entreprise
 - 2.2.4. Communication de l'identité
 - 2.2.5. Identité, Branding, image de l'entreprise
- 2.3. Image de l'entreprise
 - 2.3.1. Caractéristiques image de l'entreprise
 - 2.3.2. Quel est le but de l'image de l'entreprise?
 - 2.3.3. Types d'image de marque
 - 2.3.4. Exemples
- 2.4. Signes d'identification de base
 - 2.4.1. Le nom ou Naming
 - 2.4.2. Logos
 - 2.4.3. Monogrammes
- 2.5. Facteurs de mémorisation de l'identité
 - 2.5.1. Originalité
 - 2.5.2. Valeur symbolique
 - 2.5.3. Grossesse
 - 2.5.4. Répétition

- 2.6. Méthodologie pour le processus de branding
 - 2.6.1. Étude du secteur et de la concurrence
 - 2.6.2. Briefing, modèle
 - 2.6.3. Définir la stratégie et la personnalité de la marque. Valeurs
 - 2.6.4. Public cible
- 2.7. Le client
 - 2.7.1. Sentir comment est le client
 - 2.7.2. Typologies de clients
 - 2.7.3. Le déroulement de la réunion
 - 2.7.4. L'importance de connaître le client
 - 2.7.5. Fixer un budget
- 2.8. Manuel d'identité d'entreprise
 - 2.8.1. Normes de construction et d'application des marques
 - 2.8.2. Typographie d'entreprise
 - 2.8.3. Couleurs de l'entreprise
 - 2.8.4. Autres éléments graphiques
 - 2.8.5. Exemples de manuels d'entreprise
- 2.9. Refonte des identités
 - 2.9.1. Raisons pour lesquelles on choisit de redessiner une identité
 - 2.9.2. Gérer un changement d'identité d'entreprise
 - 2.9.3. Bonne pratique. Références visuelles
 - 2.9.4. Faute professionnelle Références visuelles
- 2.10. Projet d'identité de marque
 - 2.10.1. Présentation et explication du projet. Référents
 - 2.10.2. Brainstorming. Análisis del mercado
 - 2.10.3. Public cible, valeur de la marque
 - 2.10.4. Premières idées et esquisses. Techniques créatives
 - 2.10.5. Établir le projet. Typographies et couleurs
 - 2.10.6. Livraison et correction des projets

Module 3. Création de portefeuille

- 3.1. Le portefeuille
 - 3.1.1. Le portefeuille comme lettre de présentation
 - 3.1.2. L'importance d'un bon portefeuille
 - 3.1.3. Orientation et motivation
 - 3.1.4. Conseils pratiques
- 3.2. Caractéristiques et éléments
 - 3.2.1. Le format physique
 - 3.2.2. Le format numérique
 - 3.2.3. L'utilisation de maquettes
 - 3.2.4. Erreurs courantes
- 3.3. Plateformes numériques
 - 3.3.1. Communautés d'apprentissage continu
 - 3.3.2. Réseaux Sociaux: Twitter, Facebook, Instagram
 - 3.3.3. Réseaux Professionnels: LinkedIn, InfoJobs
 - 3.3.4. Portefeuilles cloud: Behance
- 3.4. Le concepteur dans le schéma de travail
 - 3.4.1. Possibilités d'emploi pour un designer
 - 3.4.2. Agences de design
 - 3.4.3. Graphisme d'entreprise
 - 3.4.4. Les Success Stories
- 3.5. Comment puis-je me présenter professionnellement?
 - 3.5.1. Rester à jour recycler en permanence
 - 3.5.2. Le curriculum vitae et son importance
 - 3.5.3. Erreurs courantes dans un curriculum vitae
 - 3.5.4. Comment créer un bon CV?
- 3.6. Les nouveaux consommateurs
 - 3.6.1. La perception de la valeur
 - 3.6.2. Définir votre public cible
 - 3.6.3. Carte de l'empathie
 - 3.6.4. Relations personnelles

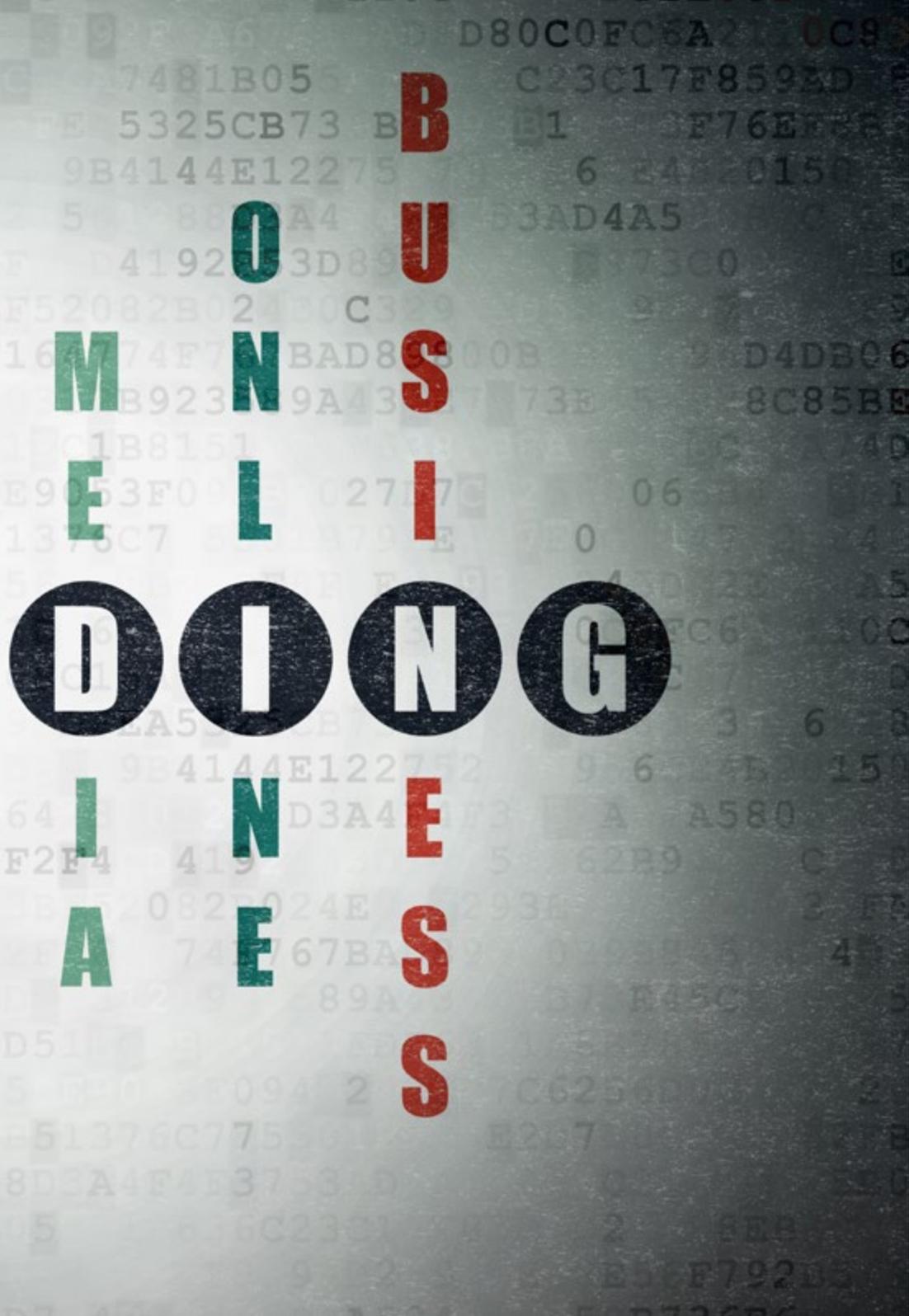
- 3.7. Ma marque personnelle
 - 3.7.1. Entrepreneuriat: La recherche d'un but
 - 3.7.2. Faites de votre passion un métier
 - 3.7.3. L'écosystème autour de votre activité
 - 3.7.4. Le modèle Canvas
- 3.8. L'identité Visuelle
 - 3.8.1. Le Naming
 - 3.8.2. Les valeurs d'une marque
 - 3.8.3. Les grands thèmes
 - 3.8.4. Moodboard. L'utilisation de Pinterest
 - 3.8.5. Analyse des facteurs visuels
 - 3.8.6. Analyse des facteurs temporels
- 3.9. Éthique et responsabilité
 - 3.9.1. Décalogue éthique pour la pratique du design
 - 3.9.2. Droits d'auteur
 - 3.9.3. Conception et objection de conscience
 - 3.9.4. Conception "bonne"
- 3.10. Le prix de mon travail
 - 3.10.1. Avez-vous besoin d'argent pour vivre?
 - 3.10.2. Comptabilité de base pour les entrepreneurs
 - 3.10.3. Types de dépenses
 - 3.10.4. Votre prix/heure. Prix de détail

Module 4. Typographie

- 4.1. Introduction à la typographie
 - 4.1.1. Qu'est-ce que la typographie?
 - 4.1.2. Le rôle de la typographie dans la conception graphique
 - 4.1.3. Séquence, contraste, forme et contre-forme
 - 4.1.4. Relations et différences entre la typographie, la calligraphie et le *lettering*
- 4.2. Les origines multiples de l'écriture
 - 4.2.1. Écriture idéographique
 - 4.2.2. L'alphabet phénicien
 - 4.2.3. L'alphabet romain
 - 4.2.4. La Réforme carolingienne
 - 4.2.5. L'alphabet latin moderne
- 4.3. Les débuts de la typographie
 - 4.3.1. La presse à imprimer, une nouvelle ère. Les premiers typographes
 - 4.3.2. La révolution industrielle: la lithographie
 - 4.3.3. Modernisme: les débuts de la typographie commerciale
 - 4.3.4. L'avant-garde
 - 4.3.5. L'entre-deux-guerres
- 4.4. Le rôle des écoles de design dans la typographie
 - 4.4.1. Bauhaus
 - 4.4.2. Herbert Bayer
 - 4.4.3. Psychologie de la Gestalt
 - 4.4.4. École Suisse

- 4.5. Typographie actuelle
 - 4.5.1. Années 1960-1970, précurseurs de la révolte
 - 4.5.2. Postmodernisme, déconstructivisme et technologie
 - 4.5.3. Où va la typographie?
 - 4.5.4. Des polices de caractères à la pointe de la mode
- 4.6. Forme typographique I
 - 4.6.1. Anatomie de la lettre
 - 4.6.2. Mesures et attributs du type
 - 4.6.3. Familles de caractères
 - 4.6.4. High case, low case et small caps
 - 4.6.5. Différence entre typographie, police et famille de caractères
 - 4.6.6. Filets, lignes et éléments géométriques
- 4.7. Forme typographique II
 - 4.7.1. La combinaison typographique
 - 4.7.2. Formats de caractères (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 4.7.3. Licences de caractères
 - 4.7.4. Qui doit acheter la licence, le client ou le concepteur?
- 4.8. Correction d'éditions. Composition texte
 - 4.8.1. Espacement des lettres. *Tracking* et *kerning*
 - 4.8.2. Espacement des mots. Le quadratin
 - 4.8.3. Espacement des lignes
 - 4.8.4. Police du corps
 - 4.8.5. Attributs du texte
- 4.9. Le dessin des lettres
 - 4.9.1. Le processus créativité
 - 4.9.2. Matériaux traditionnels et numériques
 - 4.9.3. L'utilisation de la tablette graphique et de l'ipad
 - 4.9.4. Typographie numérique: contours et bitmaps
- 4.10. Affiches typographiques
 - 4.10.1. La calligraphie comme base pour le dessin des lettres
 - 4.10.2. Comment créer une composition typographique qui ait un impact?
 - 4.10.3. Références visuelles
 - 4.10.4. La phase d'esquisse
 - 4.10.5. Projet





“

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

04

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.



05 Diplôme

Le Certificat Avancé en Branding 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 Avancé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Certificat Avancé en Branding** 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 Branding**

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.

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 Branding

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

Certificat Avancé Branding

Brand