

Certificat Avancé

Publicité et Relations Publiques





Certificat Avancé Publicité et Relations Publiques

- » 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/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-publicite-relations-publiques

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 28

07

Profil de nos étudiants

page 36

08

Impact sur votre carrière

page 40

09

Bénéfices pour votre
entreprise

page 44

10

Diplôme

page 48

01 Accueil

Le domaine des Relations Publiques contribue à la gestion stratégique de la communication de toute organisation, en étant l'outil permettant de connaître, de gérer et d'étudier les différents publics vers lesquels une marque ou une entité est dirigée. En ce sens, elle est directement liée à l'environnement publicitaire, un panorama dans lequel interviennent divers agents de communication. C'est pourquoi ce programme vise à offrir au professionnel une vision globale et complète des fondements du système publicitaire, de son histoire et de ses protagonistes, en se concentrant sur le processus créatif, la planification et l'impact de ses effets sociaux potentiels. L'étudiant développera ainsi une capacité de synthèse typique de la publicité, avec un accent particulier sur la communication au niveau mondial, qui sera sans doute indispensable pour accéder aux principales agences de publicité nationales et internationales, ou pour diriger la communication institutionnelle d'une entreprise privée ou d'une institution publique.



Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques.
TECH Université Technologique



“

Avec ce Certificat Avancé TECH vous évoluerez dans la sphère publicitaire comme un professionnel expérimenté et vous acquerez les connaissances pour procéder à l'application des processus et des vicissitudes du système publicitaire avec un succès total”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Microsoft Europe Success Story" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.



TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.

“ À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique ”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour que les étudiants renforcent leurs compétences en matière de leadership dans le domaine de la Publicité et Relations Publiques, en développant de nouvelles compétences et en améliorant leurs aptitudes à la croissance académique et professionnelle dans un environnement qui exige un profil stratégique. Ainsi, à l'issue du programme, le professionnel sera en mesure de prendre les bonnes décisions avec une approche globale, dans une perspective innovante et une vision internationale, en suivant les principes fondamentaux de la publicité d'aujourd'hui.



“

Dans ce Certificat Avancé, vous apprendrez à appliquer les processus créatifs au domaine de la communication publicitaire”

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre.**

Le Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques permet à l'apprenant de:

01

Connaître les domaines de la publicité et des relations publiques, leurs processus et leurs structures organisationnelles

04

Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive

02

Identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle

05

Savoir appliquer les processus créatifs au domaine de la communication, notamment dans le domaine de la publicité et des relations publiques

03

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

06

Comprendre les systèmes d'analyse des campagnes de publicité et de relations publiques

07

Définissez chacune des fonctions de gestion d'une entreprise de publicité et de relations publiques, en soulignant leurs principales applications

10

Identifier les processus et les structures organisationnelles du processus publicitaire et des relations publiques

08

Identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle

11

Approche historique du phénomène de la publicité et relations publiques

09

Savoir appliquer les processus créatifs au domaine de la communication, notamment dans le domaine de la publicité et des relations publiques

12

Savoir mettre en relation la publicité avec d'autres manifestations culturelles telles que la littérature, l'art ou le cinéma, entre autres

13

Connaître la structure et la transformation de la société actuelle dans sa relation avec les éléments, les formes et les processus de la publicité et de la communication des relations publiques

14

Relier la publicité et les relations publiques de manière cohérente avec les autres sciences sociales et humaines

15

Reconnaître les éléments, formes et processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive





16

Encourager la créativité et la persuasion à travers les différents supports et médias

17

Reconnaître les éléments, formes et processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive

18

Définissez chacune des fonctions de gestion d'une entreprise de publicité et de relations publiques, en soulignant leurs principales applications

05

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques comprend un programme complet structuré en 4 modules, dont le contenu a été préparé par des experts du secteur afin que l'étudiant puisse apprendre tous les concepts de manière concise et réelle, en acquérant une connaissance approfondie du fonctionnement du pouvoir de la publicité et de la gestion de l'approche de la communication. Ainsi, le professionnel maîtrisera tous les aspects du langage publicitaire et de l'identité d'entreprise, grâce à un contenu de qualité, afin que son profil se distingue dans un environnement concurrentiel.



“

L'un des objectifs de ce programme est de définir chacune des fonctions de gestion de l'entreprise de publicité et de relations publiques, en mettant en évidence leurs principales applications”

Programme d'études

Ce Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à maîtriser les principes fondamentaux du système publicitaire et de la communication dans le domaine des relations publiques.

Son contenu est conçu pour favoriser le développement de compétences managériales qui permettent aux étudiants de prendre des décisions avec plus de rigueur dans des environnements incertains, face aux défis commerciaux qui peuvent se présenter dans le domaine de la publicité.

Ainsi, tout au long de 600 heures de préparation, l'élève analysera une multitude de cas pratiques à travers le travail individuel. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations réelles d'affaires, qui positionneront le profil du professionnel.

Ainsi, le Certificat Avancé se concentre sur le système de la publicité et des relations publiques, de son histoire et de sa théorie à sa gestion dans les entreprises, les agences et les organisations, avec une approche globale et actualisée. Un programme d'études conçu pour spécialiser les professionnels du milieu des affaires et les orienter vers ce secteur dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

Pour toutes ces raisons, ce programme est conçu pour l'étudiant, axé sur son amélioration professionnelle qui le prépare à atteindre l'excellence dans un environnement avec son propre langage qui ne doit pas tomber dans la recherche de l'impact en faisant de la publicité déloyale, avec un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un cloître exceptionnel, qui lui donnera les compétences pour se conduire à développer dans cet environnement avec succès.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 4 modules:

Module 1

Principes fondamentaux de relations publiques

Module 2

Théorie de la publicité

Module 3

Histoire de la publicité et des relations publiques

Module 4

Société de publicité et de relations publiques

Où, quand et comment l'enseignement est dispensé?

TECH offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 6 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus à tout moment, ce qui leur permettra de gérer leur propre temps d'étude.

Une expérience éducative unique, clé et décisive pour stimuler votre développement professionnel.



Module 1. Principes fondamentaux de relations publiques

1.1. Cadre théorique des relations publiques

- 1.1.1. Introduction
- 1.1.2. Recherche en relations publiques
- 1.1.3. Principaux théorique des relations publiques
- 1.1.4. Relations publiques et éléments connexes
- 1.1.5. Définition des relations publiques

1.2. Évolution historique

- 1.2.1. Étapes
- 1.2.2. L'origine des relations publiques
- 1.2.3. Recherche en relations publiques

1.3. Communication externe

- 1.3.1. Caractéristiques et publics
- 1.3.2. Relations avec les médias
- 1.3.3. Fourniture d'informations

1.4. Communication interne

- 1.4.1. Introduction
- 1.4.2. Fonctions et objectifs
- 1.4.3. Types de communication interne
- 1.4.4. Outils de communication interne

1.5. Relations publiques et opinion publique

- 1.5.1. Une image médiatique forte
- 1.5.2. L'influence limitée des médias
- 1.5.3. Effets structurels sur la société

1.6. Relations publiques internationales

- 1.6.1. Caractéristiques de la société internationale
- 1.6.2. Définition
- 1.6.3. Le rôle des relations publiques internationales
- 1.6.4. Typologie des actions

1.7. Relations publiques et crise

- 1.7.1. L'organisation en crise
- 1.7.2. Caractéristiques des crises
- 1.7.3. Typologies des crises

1.8. Étapes des crises

- 1.8.1. Phase préliminaire
- 1.8.2. Phase aiguë
- 1.8.3. Phase chronique
- 1.8.4. Phase post-traumatique

1.9. Préparer un plan de crise

- 1.9.1. Analyse des problèmes potentiels
- 1.9.2. Planification
- 1.9.3. Adéquation du personnel

1.10. Les technologies de communication dans les crises

- 1.10.1. Avantages
- 1.10.2. Inconvénients
- 1.10.3. Outils

Module 2. Théorie de la publicité**2.1. Principes fondamentaux de la publicité**

- 2.1.1. Introduction
- 2.1.2. Notions de base de la publicité et du Marketing
- 2.1.3. Publicité, relations publiques et publicité
- 2.1.4. Dimensions et portée sociale de la publicité contemporaine
- 2.1.5. Une publicité réussie: Kfc

2.2. Histoire de la publicité

- 2.2.1. Introduction
- 2.2.2. Origine
- 2.2.3. La révolution industrielle et la publicité
- 2.2.4. Le développement de l'industrie de la publicité
- 2.2.5. La publicité dans le monde d'Internet
- 2.2.6. Une publicité réussie: l'étude de cas Coca-Cola

2.3. La publicité et ses acteurs I: l'annonceur

- 2.3.1. Introduction
- 2.3.2. Comment fonctionne l'industrie de la publicité
- 2.3.3. Types d'annonceurs
- 2.3.4. Publicité dans l'organigramme de l'entreprise
- 2.3.5. Une publicité réussie: étude de cas facebook

2.4. La publicité et ses acteurs II: les agences de publicité

- 2.4.1. Introduction
- 2.4.2. L'agence de publicité: les professionnels de la communication publicitaire
- 2.4.3. La structure organisationnelle des agences de publicité
- 2.4.4. Types d'agences de publicité
- 2.4.5. Gestion des honoraires dans les agences de publicité
- 2.4.6. Une publicité réussie: Nike

2.5. La publicité et ses protagonistes III: Le destinataire de la publicité

- 2.5.1. Introduction
- 2.5.2. Le récepteur de publicité et son contexte
- 2.5.3. Le destinataire de la publicité en tant que consommateur
- 2.5.4. Besoins et désirs dans la publicité
- 2.5.5. Publicité et mémoire: sur l'efficacité de la publicité
- 2.5.6. Une publicité réussie: l'étude de cas Ikea

2.6. Le processus de création publicitaire I: de l'annonceur au média

- 2.6.1. Introduction
- 2.6.2. Les aspects préliminaires du processus de création publicitaire
- 2.6.3. Le *brief* de publicité ou *brief* de communication
- 2.6.4. La stratégie créative
- 2.6.5. Stratégie médiatique
 - 2.6.5.1. Une publicité réussie: Apple

2.7. Le processus de création publicitaire II: créativité et publicité

- 2.7.1. Introduction
- 2.7.2. Les fondements du travail créatif des publicitaires
- 2.7.3. La créativité publicitaire et son statut communicatif
- 2.7.4. Travail créatif dans la publicité
- 2.7.5. Une publicité réussie: l'étude de cas du Real Madrid

2.8. Le processus de création publicitaire III: idéation et développement du manifeste publicitaire

- 2.8.1. Introduction
- 2.8.2. Conception et stratégie créatives
- 2.8.3. Le processus de conception créative
- 2.8.4. Les dix voies fondamentales de la créativité selon Luis Bassat: les genres publicitaires
- 2.8.5. Formats publicitaires
- 2.8.6. Une publicité réussie: McDonalds

2.9. Planification des médias publicitaires

- 2.9.1. Introduction
- 2.9.2. Médias et planification
- 2.9.3. Les supports publicitaires et leur classification
- 2.9.4. Outils de planification des médias
- 2.9.5. Une publicité réussie: Pepsi

2.10. Publicité, société et culture

- 2.10.1. Introduction
- 2.10.2. La relation entre la publicité et la société
- 2.10.3. Publicité et émotions
- 2.10.4. Publicité, sujets et choses
- 2.10.5. Une publicité réussie: Burger King

Module 3. Histoire de la publicité et des relations publiques

3.1. Activité publicitaire avant impression

- 3.1.1. La publicité sous ses premières formes
- 3.1.2. Premières manifestations
- 3.1.3. Le monde antique

3.2. De la presse à imprimer à la révolution industrielle

- 3.2.1. Quelques aspects contribuant à l'émergence de l'imprimerie en Europe
- 3.2.2. Expressions précoces: pamphlets et affiches
- 3.2.3. Marques et étiquettes
- 3.2.4. Annonces criardes et bavardes
- 3.2.5. La bannière et la fresque commerciale
- 3.2.6. La naissance d'un nouveau média
- 3.2.7. Communication et pouvoir: le contrôle de la persuasion

3.3. Révolutions

- 3.3.1. La publicité et la révolution industrielle
- 3.3.2. Le long et sinueux chemin vers la liberté de la presse
- 3.3.3. De la propagande à la publicité
- 3.3.4. Propagande et publicité politique: concepts
- 3.3.5. Caractéristiques de cette propagande
- 3.3.6. La révolution industrielle et la naissance de la publicité commerciale

3.4. Naissance de la publicité

- 3.4.1. L'origine de la publicité commerciale
- 3.4.2. La révolution technologique
- 3.4.3. Systèmes d'impression
- 3.4.4. Papier
- 3.4.5. La photographie
- 3.4.6. Télégraphe
- 3.4.7. Publicité imprimée
- 3.4.8. Posters

3.5. Consolidation de l'activité publicitaire

- 3.5.1. Facteurs économiques entre 1848 et 1914
- 3.5.2. Nouvelles formes de marketing
- 3.5.3. Journaux
- 3.5.4. Magazines
- 3.5.5. L'art du affiche
- 3.5.6. Principes fondamentaux de la publicité moderne
- 3.5.7. Agences de publicité américaines
- 3.5.8. Technique et artisanat de la publicité

3.6. La publicité entre deux guerres

- 3.6.1. Caractéristiques de la période 1914-1950
- 3.6.2. La publicité pendant la Première Guerre mondiale
- 3.6.3. Conséquences de la Première Guerre mondiale sur la publicité
- 3.6.4. La publicité pendant la Seconde Guerre mondiale
- 3.6.5. Conséquences de la Seconde Guerre mondiale sur la publicité

- 3.6.6. Supports publicitaires
- 3.6.7. Conception graphique d'affiches et de publicités
- 3.6.8. Publicité extérieure
- 3.6.9. Cinéma
- 3.6.10. Le cinéma comme moyen de persuasion
- 3.6.11. Radio
- 3.6.12. Radio commerciale

3.7. Le développement des techniques de publicité

- 3.7.1. L'activité publicitaire entre 1914 et 1950
- 3.7.2. L'organisation de la publicité
- 3.7.3. Agences et styles

3.8. Publicité électronique

- 3.8.1. T.V. La troisième dimension de la publicité
- 3.8.2. La publicité dans les années 1950 et 1960
- 3.8.3. L'avènement de la télévision

3.9. La publicité aujourd'hui

- 3.9.1. Introduction
- 3.9.2. Le contexte publicitaire actuel: une perspective technologique
- 3.9.3. Les principaux défis de la communication publicitaire d'aujourd'hui
- 3.9.4. Principales opportunités dans la communication publicitaire d'aujourd'hui

3.10. Histoire des relations publiques

- 3.10.1. Les origines
- 3.10.2. Bernays et ses contributions
- 3.10.3. Expansion: PR Dans la seconde moitié du 20ème siècle

Module 4. Société de publicité et de relations publiques**4.1. Structure des agences de publicité et/ou de relations publiques**

- 4.1.1. Structure
- 4.1.2. Fonctions
- 4.1.3. Sélection de l'agence

4.2. Gestion économique de l'agence

- 4.2.1. Types de forme juridique
- 4.2.2. Modèle d'entreprise
- 4.2.3. Développement et contrôle des projets

4.3. Les relations économiques dans l'entreprise de publicité

- 4.3.1. Relations économiques avec les annonceurs
- 4.3.2. Relations économiques avec les employés et les partenaires
- 4.3.3. Entrepreneur individuel et indépendant

4.4. Le compte d'exploitation de l'agence de publicité

- 4.4.1. Investissements, recettes et chiffre d'affaires
- 4.4.2. Résultats
- 4.4.3. Budget annuel

4.5. Lien entre la publicité et les relations publiques

- 4.5.1. Par rapport aux objectifs
- 4.5.2. Par rapport aux objectifs de l'activité
- 4.5.3. Concernant le choix des moyens et des médias

4.6. Systèmes de rémunération

- 4.6.1. Rémunération de l'agence
- 4.6.2. La dimension comptable de l'agence
- 4.6.3. Détermination du budget

4.7. Relations avec les *stakeholders* externes

- 4.7.1. Relations avec les agences de publicité
- 4.7.2. Relations avec les agences médias
- 4.7.3. Mettre fin aux relations avec les agences de consommateurs

4.8. Stratégies de croissance organisationnelle

- 4.8.1. *Holdings*
- 4.8.2. Chaîne de valeur
- 4.8.3. Les défis de la croissance organisationnelle

4.9. Organigramme interne d'une agence de publicité

- 4.9.1. Modèle de gestion de l'agence
- 4.9.2. Département des comptes
- 4.9.3. Département créatif
- 4.9.4. Département médias
- 4.9.5. Département de la production

4.10. Gestion des équipes

- 4.10.1. Motivation
- 4.10.2. Gestion du changement et leadership
- 4.10.3. Communication interne



Dans ce Certificat Avancé, vous apprendrez à mettre en relation la publicité avec d'autres manifestations culturelles telles que la littérature, l'art ou le cinéma, en créant des liens fructueux”

06

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 laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”



TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

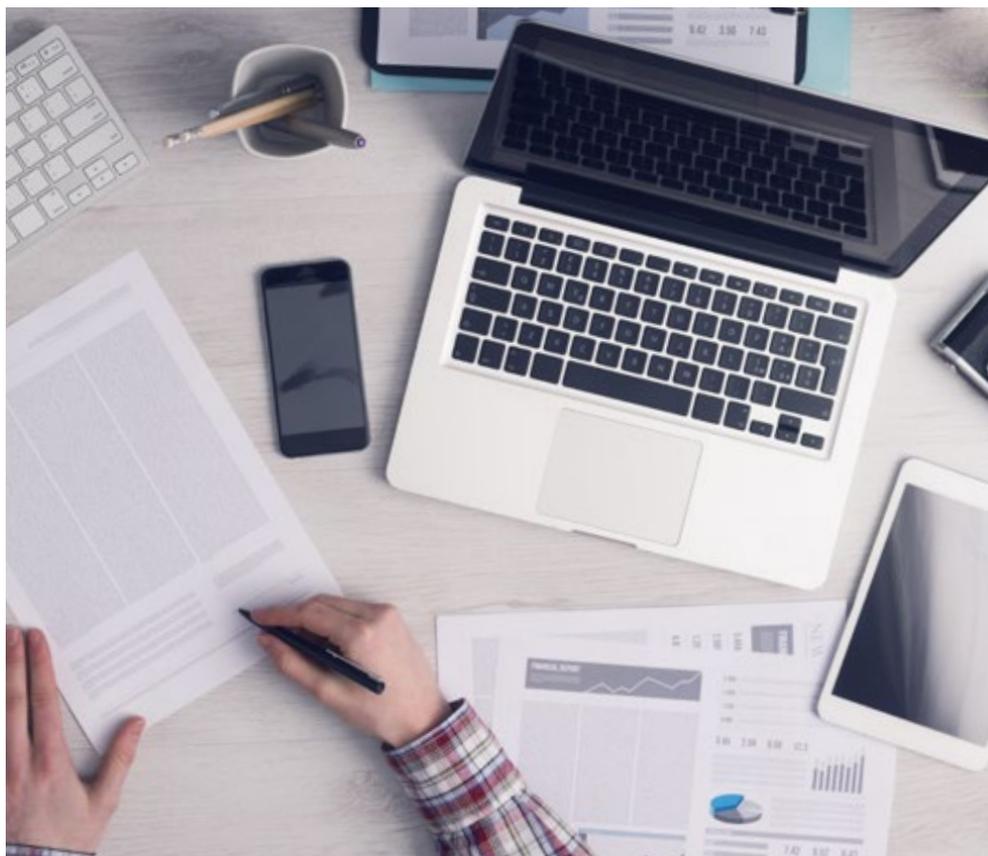
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, 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 commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

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 différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

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 école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. 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 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.



Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel 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 direction d'entreprise sur 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 évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Ce Certificat Avancé s'adresse aux professionnels qui souhaitent approfondir leurs connaissances dans le domaine de la publicité et des relations publiques, afin de développer leur carrière professionnelle, soit en tant qu'indépendants, soit en tant que cadres des principales entreprises du secteur, dans les domaines de la communication d'entreprise ou dans les organisations publiques. Ainsi, la qualité des contenus de ce programme leur permettra de développer un profil professionnel très compétitif et demandé sur le marché du travail.





“

Faites un pas sur votre chemin académique vers la réussite professionnelle, grâce à l'achèvement de ce programme”

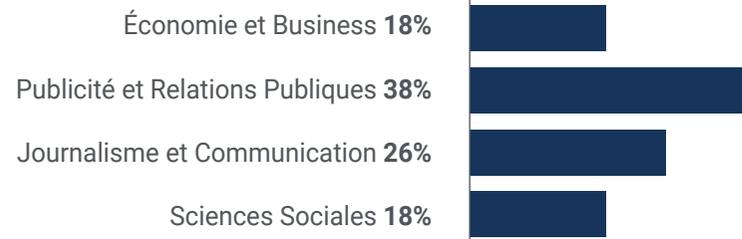
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

Années d'expérience



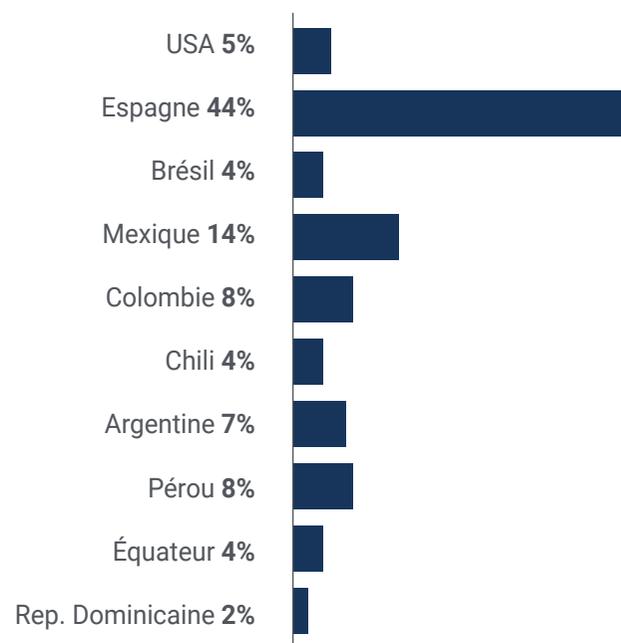
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Alejandro Lerín

Publiciste

"L'agence pour laquelle j'ai commencé à travailler m'a proposé le programme TECH comme incitation à la formation interne et je suis très heureux de l'avoir fait. Parmi plusieurs aspects, je soulignerais que j'ai appris quelles techniques mettre en œuvre dans la ligne de stratégie publicitaire de l'entreprise avec une approche améliorée"

08

Impact sur votre carrière

TECH est conscient que suivre un programme de ces caractéristiques implique un grand investissement économique, professionnel et personnel de la part de l'étudiant. L'objectif ultime de cet effort important doit être de parvenir à une croissance professionnelle, de sorte que l'insertion professionnelle, l'avancement professionnel ou le changement que vous recherchez sur le plan professionnel vers ce secteur soit prospère. Un objectif que TECH se fixe et atteint à travers la conception de programmes compétitifs, avec une méthodologie innovante et les meilleurs experts du secteur.





“

*Augmentez vos chances de réussite
sur le lieu de travail. Atteindre cet
objectif grâce à la méthode TECH”*

Devenez un expert en publicité et en relations publiques et positionnez votre entreprise comme l'une des plus compétitives de son secteur.

Prêt à franchir le pas? Une excellente amélioration professionnelle est en attente

Le Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions dans ce secteur en constante évolution, en acquérant une meilleure connaissance des objectifs de leur entreprise ou de leurs clients. C'est pourquoi son objectif principal est de favoriser la croissance personnelle et professionnelle de l'étudiant pour qu'il réussisse dans ce domaine d'emploi.

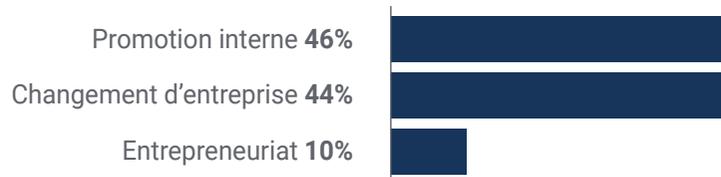
Un programme de grand intérêt pour ceux qui recherchent l'excellence académique et professionnelle.

En suivant ce programme TECH, vous multipliez vos chances de réussite sur le lieu de travail, alors n'hésitez pas et inscrivez-vous dès maintenant!

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de **25,55%** pour nos étudiants



09

Bénéfices pour votre entreprise

Le Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques est un programme qui vise principalement à améliorer la formation des étudiants dans ce domaine d'action. Mais, en outre, cela apportera des avantages notables aux entreprises dans lesquelles ils travaillent, car ils pourront mettre en œuvre des stratégies plus compétitives, ce qui permettra une connaissance approfondie des valeurs et des objectifs de l'entreprise, entraînant une plus grande attraction de son public.





“

Vous aurez la formation adéquate pour proposer à l'entreprise des stratégies de gestion innovantes de la publicité”

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce Certificat Avancé permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



10 Diplôme

Le Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques 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 diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Certificat Avancé en Publicité et Relations Publiques** 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 Publicité et Relations Publiques**

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 Publicité et Relations Publiques

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

Certificat Avancé

Publicité et Relations Publiques

