

Certificat Avancé

Communication Publicitaire





Certificat Avancé Communication Publicitaire

- » 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-communication-publicitaire

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

La publicité est une grande source d'attraction pour les consommateurs, car, grâce aux stratégies de communication les plus persuasives, elle atteint le niveau d'intérêt nécessaire qui incite les gens à consommer. Ce programme offre aux étudiants une vision globale des fondements du système publicitaire, des caractéristiques du processus créatif et de la planification, ainsi que des effets sociaux qu'il entraîne. Ainsi, le programme d'études se concentre sur la créativité dans la communication, offrant aux étudiants une vue d'ensemble de la pensée créative et de son application au domaine de la communication. Grâce à ce parcours académique, les étudiants pourront comprendre et assimiler le processus de création d'une campagne publicitaire, en accordant une attention particulière à la communication persuasive, développant ainsi leur imagination et éveillant une attitude appropriée pour générer des idées originales dans n'importe quelle sphère de communication.



Certificat Avancé en Communication Publicitaire.
TECH Université Technologique



“

En suivant ce programme TECH, vous serez en mesure de devenir un expert en Communication Publicitaire, l'un des profils créatifs les plus demandés de nos jours"

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 capacités de leadership dans le domaine de la Communication Publicitaire, en développant de nouvelles compétences et en améliorant leurs aptitudes à la croissance académique et professionnelle dans un environnement hautement compétitif. Ainsi, la communication publicitaire requiert un profil qui sait défendre les intérêts de la marque dont il gère la communication, en sachant comprendre le public avec lequel il interagit et le produit ou service qu'il vend. Ainsi, à l'issue du programme, le professionnel sera en mesure de prendre les bonnes décisions dans une optique mondiale, dans une perspective innovante et avec une vision internationale.



“

Vous analyserez les différents niveaux et composants qui composent le système linguistique, ainsi que les produits discursifs qui sont encadrés dans les différentes typologies textuelles et vous élaborerez des copies réussies”

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

Le **Certificat Avancé en Communication Publicitaire** permet à l'apprenant de:

01

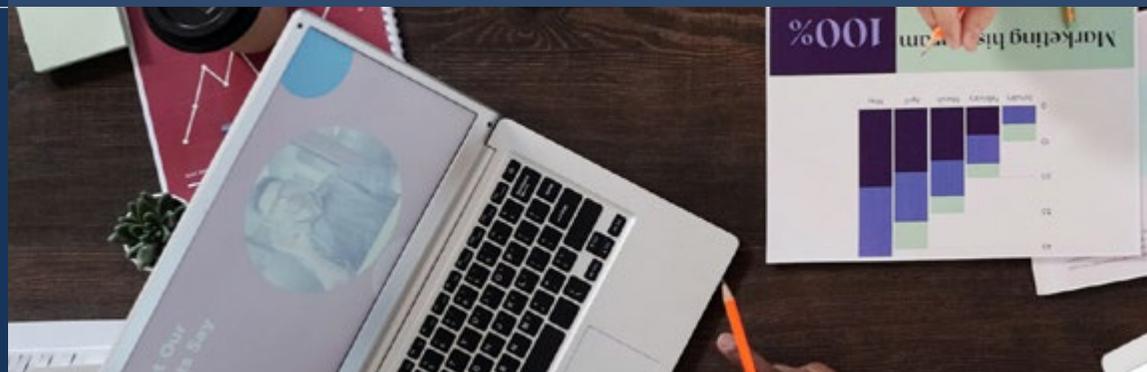
Connaître les domaines de la publicité et des relations publiques, leurs processus et leurs structures organisationnelles

04

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

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



03

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

05

Savoir décrire la structure des agences de publicité

06

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

08

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

09

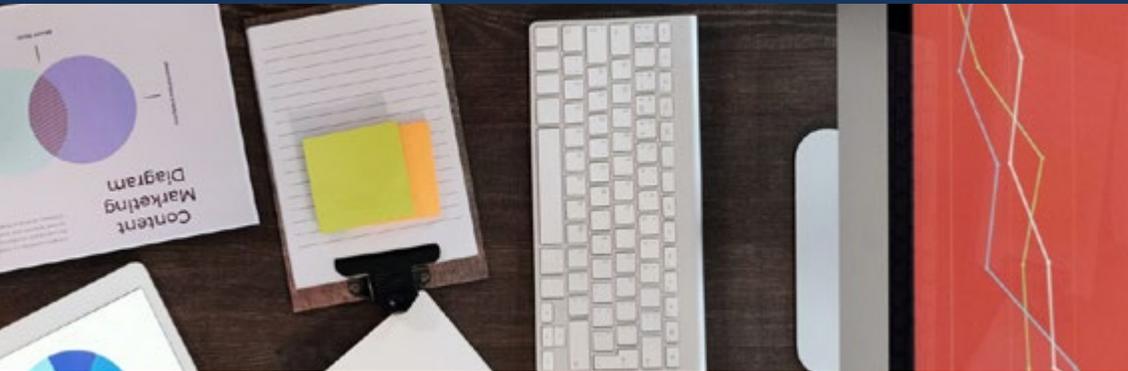
Reconnaître la structure et la transformation de la société actuelle dans sa relation avec les éléments, les formes et les processus de la communication publicitaire et de relations publiques

07

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

10

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



11

Reconnaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques

12

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

13

Connaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques





14

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

15

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

16

Acquérir les connaissances nécessaires pour assurer une bonne communication dans tous les domaines, canaux et réseaux en utilisant les langages appropriés à chaque style communicatif

05

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Communication Publicitaire comprend un programme complet structuré en trois modules, dont le contenu a été préparé par des spécialistes du secteur, 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 les aspects clés qui structurent la communication, à travers un contenu de qualité, afin que son profil se distingue dans un environnement concurrentiel.



“

Exprimez votre créativité ! Ce programme vous guide vers la frontière créative de la persuasion à travers différents médias et différents supports”

Programme d'études

Le Certificat Avancé en de Communication Publicitaire de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les étudiants à prendre des décisions dans le monde des affaires.

Le contenu de Certificat Avancé est destiné à favoriser le développement des compétences de direction qui permettent la prise de décision de l'élève avec une plus grande rigueur dans des environnements incertains, en affrontant les défis d'entreprise qui peuvent se présenter dans le domaine communicatif des la publicité ou la communication.

Ainsi, tout au long de 450 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.

De cette façon, ce Certificat Avancé se concentre sur la structure de la communication axée sur la créativité du langage publicitaire, en pariant sur l'utilisation du lexique afin de vendre une idée. Un programme d'études destiné à spécialiser les professionnels de l'environnement des affaires et à les orienter vers ce secteur dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

Pour toutes ces raisons, ce programme est conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel, les préparant à atteindre l'excellence dans le domaine de la Communication Publicitaire, avec un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui leur fournira les compétences nécessaires pour évoluer avec succès dans cet environnement.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 3 modules:

Module 1

Théorie de la publicité

Module 2

Langage publicitaire

Module 3

Créativité dans la communication

Où, quand et comment se déroule la formation?

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

Plongez dans l'étude de la cybersécurité et parvenez à prévenir les cyberattaques dans votre entreprise.



Module 1. Théorie de la publicité

1.1. Principes fondamentaux de la publicité

- 1.1.1. Introduction
- 1.1.2. Notions de base de la publicité et du Marketing
- 1.1.3. Publicité, relations publiques et publicité
- 1.1.4. Dimensions et portée sociale de la publicité contemporaine
- 1.1.5. Une publicité réussie: KFC

1.2. Histoire de la publicité

- 1.2.1. Introduction
- 1.2.2. Origine
- 1.2.3. La Révolution Industrielle et la publicité
- 1.2.4. Le développement de l'industrie de la publicité
- 1.2.5. La publicité dans le monde d'Internet
- 1.2.6. Une publicité réussie: l'étude de cas Coca-Cola

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

- 1.3.1. Introduction
- 1.3.2. Comment fonctionne l'industrie de la publicité
- 1.3.3. Types d'annonceurs
- 1.3.4. Publicité dans l'organigramme de l'entreprise
- 1.3.5. Une publicité réussie: étude de cas Facebook

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

- 1.4.1. Introduction
- 1.4.2. L'agence de publicité: les professionnels de la communication publicitaire
- 1.4.3. La structure organisationnelle des agences de publicité
- 1.4.4. Types d'agences de publicité
- 1.4.5. Gestion des honoraires dans les agences de publicité
- 1.4.6. Une publicité réussie: Nike

1.5. La publicité et ses protagonistes III: le récepteur de la publicité

- 1.5.1. Introduction
- 1.5.2. Le récepteur de publicité et son contexte
- 1.5.3. Le destinataire de la publicité en tant que consommateur
- 1.5.4. Besoins et désirs dans la publicité
- 1.5.5. Publicité et mémoire: sur l'efficacité de la publicité
- 1.5.6. Une publicité réussie: l'étude de cas Ikea

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

- 1.6.1. Introduction
- 1.6.2. Les aspects préliminaires du processus de création publicitaire
- 1.6.3. Le brief de publicité ou brief de communication
- 1.6.4. La stratégie créative
- 1.6.5. Stratégie médiatique

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

- 1.7.1. Introduction
- 1.7.2. Les fondements du travail créatif des publicitaires
- 1.7.3. La créativité publicitaire et son statut communicatif
- 1.7.4. Travail créatif dans la publicité
- 1.7.5. Une publicité réussie: l'étude de cas du Real Madrid

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

- 1.8.1. Introduction
- 1.8.2. Conception et stratégie créatives
- 1.8.3. Le processus de conception créative
- 1.8.4. Les dix voies fondamentales de la créativité selon Lluis Bassat: les genres publicitaires
- 1.8.5. Formats publicitaires
- 1.8.6. Une publicité réussie: McDonald's

1.9. Planification des médias publicitaires

- 1.9.1. Introduction
- 1.9.2. Médias et planification
- 1.9.3. Les supports publicitaires et leur classification
- 1.9.4. Outils de planification des médias
- 1.9.5. Une publicité réussie: Pepsi

1.10. Publicité, société et culture

- 1.10.1. Introduction
- 1.10.2. La relation entre la publicité et la société
- 1.10.3. Publicité et émotions
- 1.10.4. Publicité, sujets et choses
- 1.10.5. Une publicité réussie: Burger King

Module 2. Langage publicitaire**2.1. Réflexion et rédaction: définition**

- 2.1.1. Définition de la rédaction publicitaire
- 2.1.2. Historique de la rédaction publicitaire et phases de professionnalisation

2.2. Rédaction publicitaire et créativité

- 2.2.1. Conditions de la rédaction publicitaire
- 2.2.2. Compétences linguistiques
- 2.2.3. Définition des fonctions du rédacteur publicitaire
- 2.2.4. Définition des fonctions du rédacteur publicitaire

2.3. Principe de cohérence et conceptualisation de la campagne

- 2.3.1. Le principe de l'unité de campagne
- 2.3.2. L'équipe créative
- 2.3.3. Le processus de conceptualisation: la créativité cachée
- 2.3.4. Qu'est-ce qu'un concept?
- 2.3.5. Applications du processus de conceptualisation
- 2.3.6. Le concept publicitaire
- 2.3.7. Utilité et avantages du concept de publicité

2.4. Publicité et rhétorique

- 2.4.1. Rédaction publicitaire et rhétoriques
- 2.4.2. Localisation de la rhétorique
- 2.4.3. Les phases de la rhétoriques

2.5. Principes fondamentaux et caractéristiques du copywriting

- 2.5.1. Correctness
- 2.5.2. Adaptation
- 2.5.3. Efficacité
- 2.5.4. Caractéristiques de la rédaction publicitaire
- 2.5.5. Morphologique: nominalisation
- 2.5.6. Syntaxe: déstructuration
- 2.5.7. Graphique: ponctuation emphatique

2.6. Stratégies d'argumentation

- 2.6.1. Description
- 2.6.2. L'enthymème
- 2.6.3. Narratif
- 2.6.4. Intertextualité

2.7. Styles et slogans dans le copywriting

- 2.7.1. Durée de la peine
- 2.7.2. Styles
- 2.7.3. Le slogan
- 2.7.4. Une expression d'origine guerrière
- 2.7.5. Les caractéristiques du slogan
- 2.7.6. L'élocution du slogan
- 2.7.7. Les formes du slogan
- 2.7.8. Les fonctions du slogan

2.8. Principes de copywriting appliqué et le couple Reason Why+USP

- 2.8.1. Rigueur, clarté, précision
- 2.8.2. Synthèse et simplicité
- 2.8.3. Contraintes liées au texte publicitaire
- 2.8.4. Application de la raison binomiale *Reason Why + USP*

2.9. Rédaction de textes publicitaires dans les médias conventionnels et non conventionnels

- 2.9.1. Le clivage *above-the-line/below-the-line*
- 2.9.2. Intégration: surmonter la controverse ATL-BTL
- 2.9.3. Rédaction pour la télévision
- 2.9.4. Rédaction de textes pour la radio
- 2.9.5. Rédaction de presse
- 2.9.6. Rédaction de textes pour l'extérieur
- 2.9.7. Rédaction de textes pour les médias non conventionnels
- 2.9.8. Rédaction de textes de Marketing direct
- 2.9.9. Rédaction de textes dans les médias interactifs

2.10. Critères d'évaluation des textes publicitaires et autres cas de copywriting

- 2.10.1. Modèles classiques d'analyse de la publicité
- 2.10.2. Impact et pertinence
- 2.10.3. Le *check-list* du rédacteur
- 2.10.4. Traduction et adaptation de textes publicitaires
- 2.10.5. Nouvelles technologies, nouveaux langages
- 2.10.6. Écrire sur le Web 2.0
- 2.10.7. *Naming*, guérilla publicitaire et autres cas de copywriting

Module 3. Créativité dans la communication

3.1. Créer, c'est penser

- 3.1.1. L'art de penser
- 3.1.2. Pensée créative et créativité
- 3.1.3. La pensée et le cerveau
- 3.1.4. Les axes de recherche sur la créativité: systématisation

3.2. Nature du processus de création

- 3.2.1. Nature de la créativité
- 3.2.2. La notion de créativité: création et créativité
- 3.2.3. La création d'idées au service de la communication persuasive
- 3.2.4. La nature du processus créatif dans la publicité

3.3. Invention

- 3.3.1. Évolution et analyse historique du processus de création
- 3.3.2. Nature du canon classique de l'inventio
- 3.3.3. La vision classique de l'inspiration dans l'origine des idées
- 3.3.4. Invention, inspiration, persuasion

3.4. Rhétorique et communication persuasive

- 3.4.1. Rhétorique et publicité
- 3.4.2. Les parties rhétoriques de la communication persuasive
- 3.4.3. Figures rhétoriques
- 3.4.4. Lois rhétoriques et fonctions rhétoriques du langage publicitaire

3.5. Comportement et personnalité créative

- 3.5.1. La créativité comme caractéristique personnelle, comme produit et comme processus
- 3.5.2. Comportement créatif et motivation
- 3.5.3. Perception et pensée créative
- 3.5.4. Éléments de la créativité

3.6. Compétences et capacités créatives

- 3.6.1. Systèmes de pensée et modèles d'intelligence créative
- 3.6.2. Le modèle tridimensionnel de la structure de l'intellect de Guilford
- 3.6.3. Interaction entre les facteurs et les capacités de l'intellect
- 3.6.4. Compétences créatives
- 3.6.5. Capacités créatives

3.7. Les phases du processus de création

- 3.7.1. La créativité en tant que processus
- 3.7.2. Les phases du processus de création
- 3.7.3. Les phases du processus créatif dans la publicité

3.8. Solution de problèmes

- 3.8.1. La créativité dans la résolution des problèmes
- 3.8.2. Blocs perceptuels et blocages émotionnels
- 3.8.3. Méthodologie de l'invention: programmes et méthodes de création

3.9. Méthodes de pensée créative

- 3.9.1. Le *brainstorming* comme modèle de création d'idées
- 3.9.2. Pensée verticale et pensée latérale
- 3.9.3. Méthodologie de l'invention: programmes et méthodes de création

3.10. Créativité et communication publicitaire

- 3.10.1. Le processus créatif en tant que produit spécifique de la communication publicitaire
- 3.10.2. La nature du processus créatif dans la publicité: la créativité et le processus créatif dans la publicité
- 3.10.3. Principes méthodologiques et effets de la création publicitaire
- 3.10.4. Création publicitaire: du problème à la solution
- 3.10.5. Créativité et communication persuasive



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.



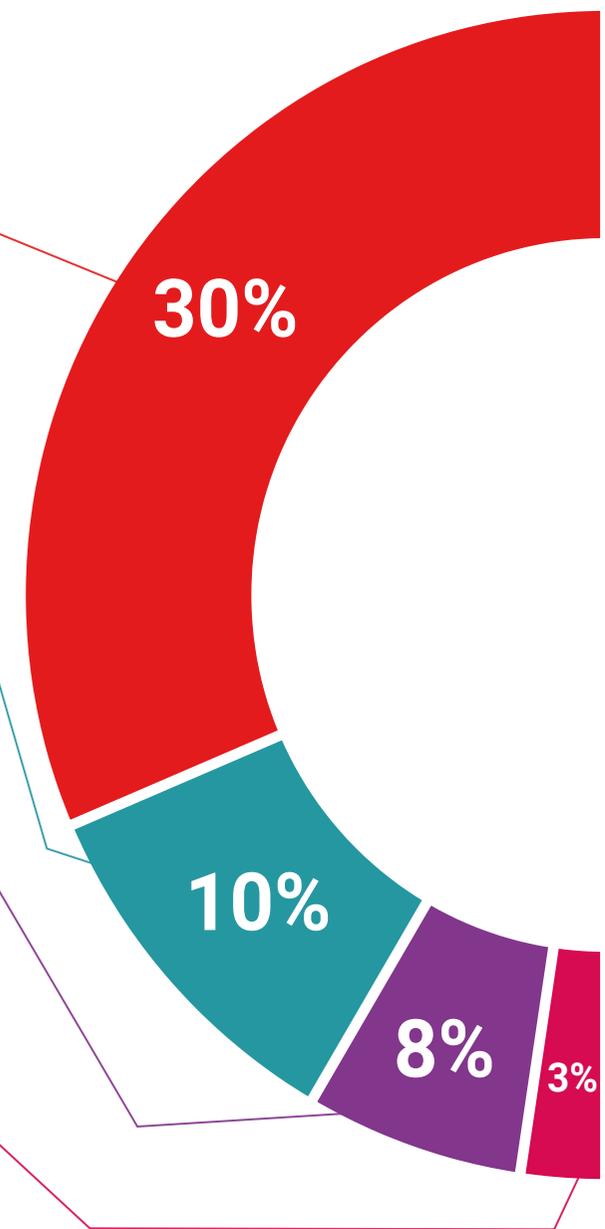
Stages en compétences de gestion

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 du journalisme, de la communication et du commerce qui souhaitent se distinguer dans le secteur de la Communication Publicitaire. De manière à ce qu'ils puissent apprendre les concepts et les stratégies les plus appropriés pour créer des campagnes de persuasion qui attirent un public plus large. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





“

*Réorientez votre carrière vers la
Communication Publicitaire et un large
éventail d'options professionnelles
s'ouvrira à vous"*

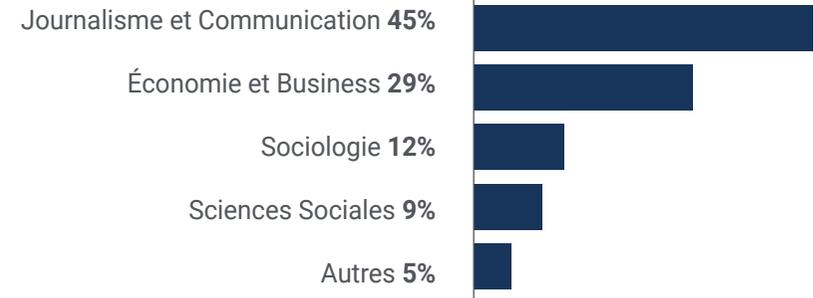
Moyenne d'âge

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

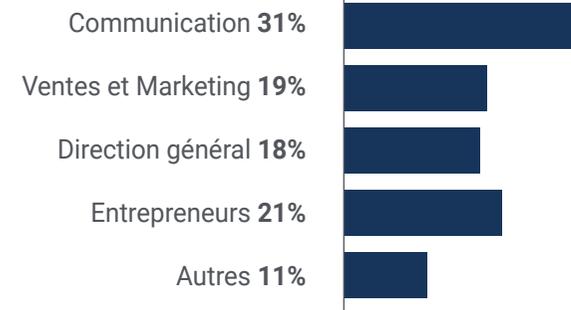
Années d'expérience



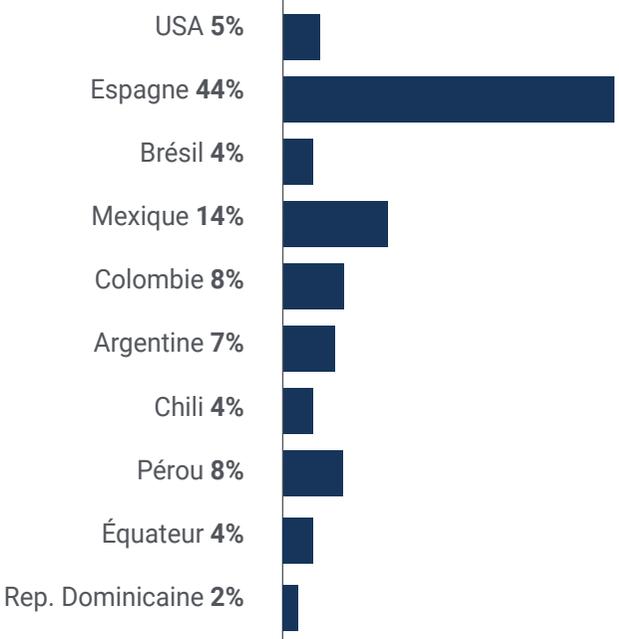
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Julio Ponce

Freelance Copywriter

"J'ai récemment orienté ma carrière vers la rédaction et j'avais besoin d'approfondir mes connaissances en matière de techniques publicitaires réellement persuasives pour faire ressortir mes travaux en freelance dans un secteur où la concurrence est de plus en plus forte. Ce Certificat Avancé a plus que répondu à mes attentes, je suis très heureux du résultat"

08

Impact sur votre carrière

Université TECH est consciente du fait que suivre un tel programme implique un investissement financier, professionnel et personnel important 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, une méthodologie innovante et les meilleurs experts du secteur.



“

Formez-vous avec TECH et vous augmenterez vos chances de réussite professionnelle”

Si vous souhaitez apporter un changement positif à votre profession, ce Certificat Avancé en Communication Publicitaire est ce que vous recherchez.

Prêt à franchir le pas?

Une excellente amélioration professionnelle est en attente

Le Certificat Avancé en Communication Publicitaire TECH est un programme intensif qui prépare l'étudiant à faire face aux défis et aux décisions d'affaires dans le domaine du droit de la Communication publicitaire, en le formant dans un secteur global avec un langage propre. 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.

Plus tôt vous commencerez ce programme, plus tôt vous atteindrez votre objectif de carrière.

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%** pour nos étudiants



09

Bénéfices pour votre entreprise

Le Certificat Avancé en Communication Publicitaires contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel l'impulsion nécessaire des leaders de haut niveau.

Participer à ce Certificat Avancé est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

Poussez votre créativité à l'extrême et vivez de vos idées. Spécialisez-vous dans la Communication Publicitaire avec TECH et obtenez le saut de carrière que vous méritez”

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

01

Accroître les talents et le capital intellectuel 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 Communication Publicitaire 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 Communication Publicitaire** 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 Communication Publicitaire**

N.º d'heures officielles: **450 h.**





Certificat Avancé Communication Publicitaire

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

Certificat Avancé

Communication Publicitaire

