

Formation Pratique

Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication





tech global
university

Formation Pratique
Intelligence Artificielle dans le
Marketing et la Communication

Sommaire

01

Présentation du programme

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Objectifs pédagogiques

page 10

04

Stage Pratique

page 12

05

Centres de stages

page 14

06

Conditions générales

page 16

07

Diplôme

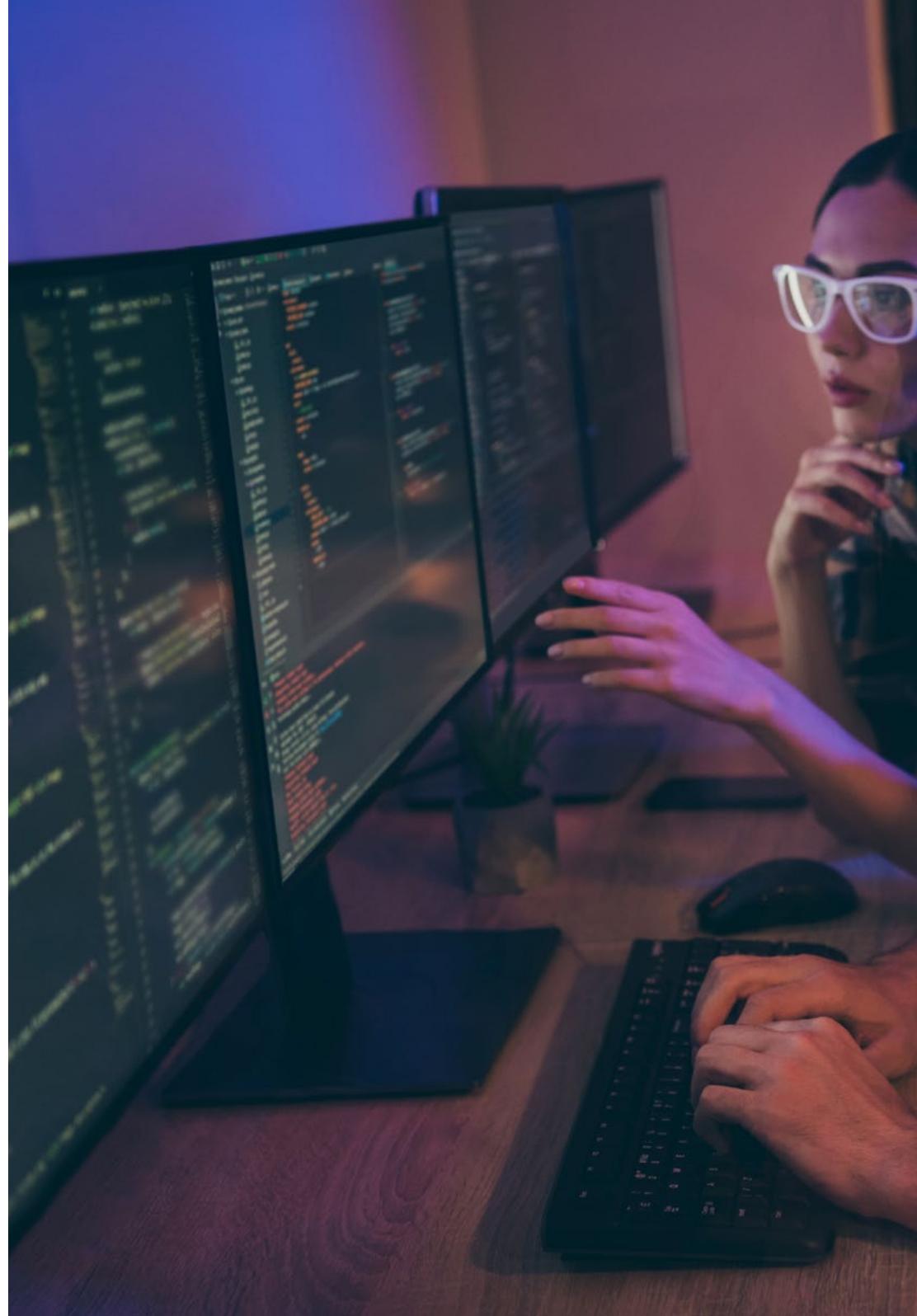
page 18

01 Présentation du programme

Dans un environnement numérique saturé de contenus, la personnalisation est devenue une priorité stratégique pour les marques. L'Intelligence Artificielle s'est imposée comme un outil puissant pour identifier les modèles comportementaux et créer des expériences uniques pour chaque utilisateur. Pour cette raison, il est essentiel que les professionnels manient les techniques d'apprentissage automatique les plus sophistiquées pour optimiser l'expérience client. C'est avec cette idée en tête que TECH a créé cette qualification, dans laquelle, pendant 3 semaines, des spécialistes rejoindront une équipe expérimentée en Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication, pour se mettre à jour avec les dernières tendances dans ce domaine.

“

Grâce à cette Formation Pratique, vous maîtriserez les techniques d'Intelligence Artificielle les plus modernes pour optimiser les stratégies de Marketing et de Communication”





Un nouveau rapport de l'Association Internationale du Marketing Numérique montre que l'utilisation de *chatbots* basés sur l'Intelligence Artificielle pour le service client peut réduire les coûts d'assistance jusqu'à 30 %, tout en améliorant la satisfaction des utilisateurs de 40 %. Face à cette réalité, les professionnels doivent développer des compétences avancées pour utiliser habilement les systèmes intelligents afin de fournir des expériences plus individualisées. Dans ce contexte, TECH a conçu un programme qui consiste en un séjour de 120 heures dans un centre de référence dans le domaine de l'Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication.

Ainsi, pendant trois semaines, les étudiants feront partie d'une équipe d'experts en Marketing et Communication, collaborant activement à la conception et à l'exécution de stratégies basées sur l'Intelligence Artificielle. Pendant cette période, ils seront non seulement mis au courant des outils technologiques les plus avancés, mais ils perfectionneront également des compétences clés telles que la personnalisation des campagnes et l'analyse des données. Ce faisant, vous mettrez en œuvre des approches innovantes qui renforceront votre capacité à créer un impact dans l'environnement numérique.

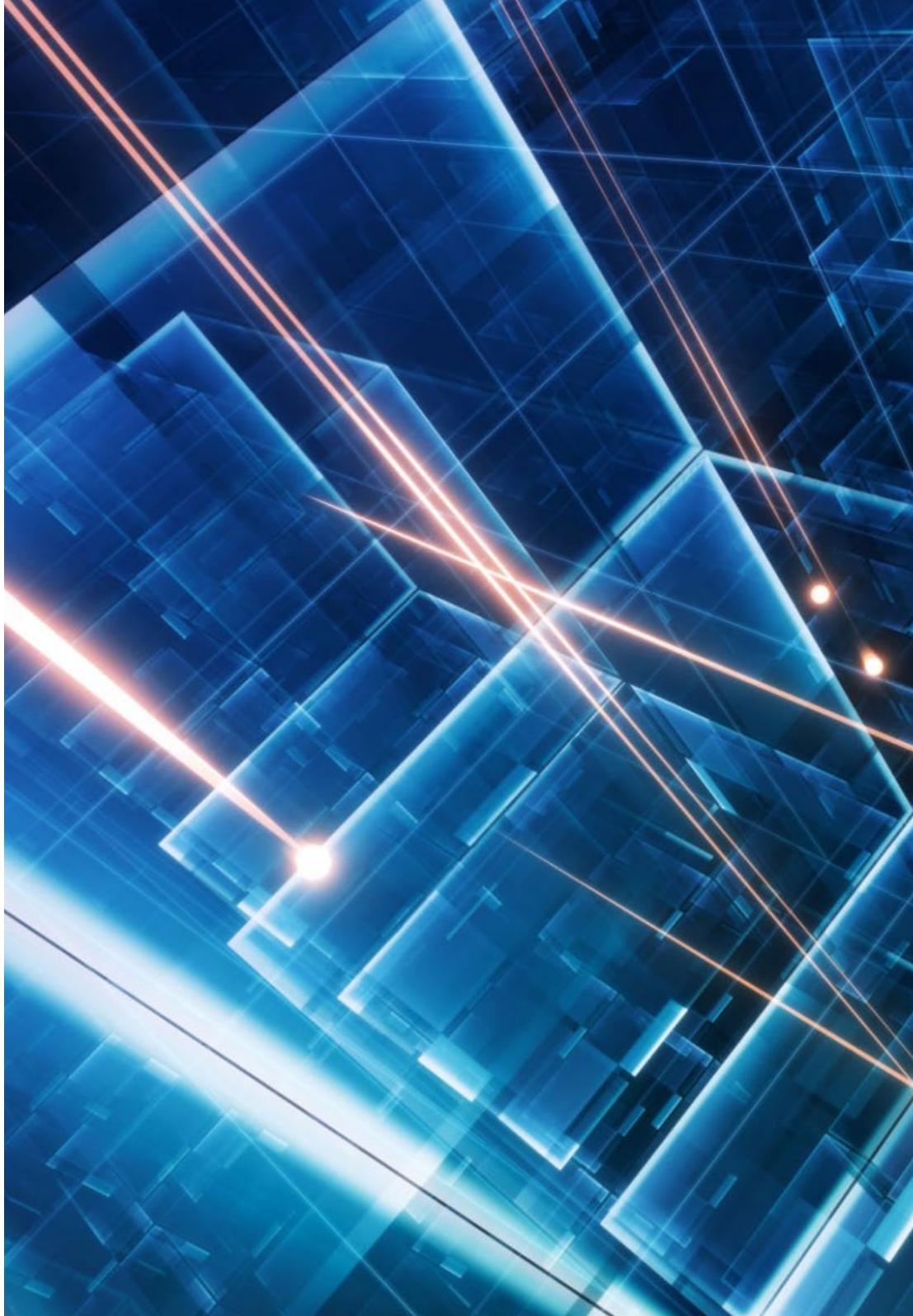
Pendant le séjour, vous serez soutenu par un tuteur assistant, qui veillera à ce que toutes les exigences pour lesquelles cette Formation Pratique a été conçue soient satisfaites. Sur cette base, le spécialiste travaillera avec une garantie et une sécurité totales dans la manipulation de la technologie clinique la plus innovante.

02 Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande Université numérique du monde. Avec un catalogue impressionnant de plus de 14 000 programmes universitaires, disponibles en 11 langues, elle se positionne comme un leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99 %. En outre, elle dispose d'un vaste corps professoral composé de plus de 6 000 professeurs de renommée internationale.

“

TECH combine le Relearning et la Méthode des Cas dans tous ses programmes universitaires afin de garantir un excellent apprentissage théorique et pratique en étudiant quand et où vous le souhaitez”



“

Étudiez dans la plus grande université numérique du monde et assurez votre réussite professionnelle. L'avenir commence à TECH”

La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

Le prestigieux magazine Forbes, spécialisé dans les affaires et la finance, a désigné TECH comme "la meilleure université en ligne du monde". C'est ce qu'ils ont récemment déclaré dans un article de leur édition numérique dans lequel ils se font l'écho de la réussite de cette institution, "grâce à l'offre académique qu'elle propose, à la sélection de son corps enseignant et à une méthode d'apprentissage innovante visant à former les professionnels du futur".

Forbes

Meilleure université en ligne du monde

Plan

d'études le plus complet

Les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire

TECH offre les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des programmes qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. En outre, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir que les étudiants sont à la pointe du monde universitaire et qu'ils possèdent les compétences professionnelles les plus recherchées. De cette manière, les diplômés de l'université offrent à ses diplômés un avantage significatif pour propulser leur carrière vers le succès.

Le meilleur personnel enseignant top international

Le corps enseignant de TECH se compose de plus de 6 000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des hauts responsables de multinationales, parmi lesquels figurent Isaiah Covington, entraîneur des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au Harvard MetaLAB, Ignacio Wistumba, président du département de pathologie moléculaire translationnelle au MD Anderson Cancer Center, et D.W. Pine, directeur de la création du magazine TIME, entre autres.

Personnel enseignant
TOP
International

Une méthode d'apprentissage unique

TECH est la première université à utiliser *Relearning* dans tous ses formations. Il s'agit de la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement, fournies par des agences éducatives prestigieuses. En outre, ce modèle académique perturbateur est complété par la "Méthode des Cas", configurant ainsi une stratégie d'enseignement en ligne unique. Des ressources pédagogiques innovantes sont également mises en œuvre, notamment des vidéos détaillées, des infographies et des résumés interactifs.



La méthodologie la plus efficace

La plus grande université numérique du monde

TECH est la plus grande université numérique du monde. Nous sommes la plus grande institution éducative, avec le meilleur et le plus vaste catalogue éducatif numérique, cent pour cent en ligne et couvrant la grande majorité des domaines de la connaissance. Nous proposons le plus grand nombre de diplômes propres, de diplômes officiels de troisième cycle et de premier cycle au monde. Au total, plus de 14 000 diplômes universitaires, dans onze langues différentes, font de nous la plus grande institution éducative au monde.

N°1
Mondial

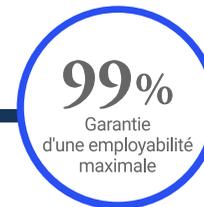
La plus grande université en ligne du monde

L'université en ligne officielle de la NBA

TECH est l'université en ligne officielle de la NBA. Grâce à un accord avec la grande ligue de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs ainsi qu'un large éventail de ressources pédagogiques axées sur les activités de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et comprend des conférenciers exceptionnels: des professionnels ayant un passé sportif distingué qui apporteront leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

Leaders en matière d'employabilité

TECH a réussi à devenir l'université leader en matière d'employabilité. 99% de ses étudiants obtiennent un emploi dans le domaine qu'ils ont étudié dans l'année qui suit la fin de l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire parvient à améliorer immédiatement sa carrière. Tout cela grâce à une méthodologie d'étude qui fonde son efficacité sur l'acquisition de compétences pratiques, absolument nécessaires au développement professionnel.



Google Partner Premier

Le géant américain de la technologie a décerné à TECH le badge Google Partner Premier. Ce prix, qui n'est décerné qu'à 3% des entreprises dans le monde, souligne l'expérience efficace, flexible et adaptée que cette université offre aux étudiants. Cette reconnaissance atteste non seulement de la rigueur, de la performance et de l'investissement maximaux dans les infrastructures numériques de TECH, mais positionne également TECH comme l'une des principales entreprises technologiques au monde.

L'université la mieux évaluée par ses étudiants

Les étudiants ont positionné TECH comme l'université la mieux évaluée du monde dans les principaux portails d'opinion, soulignant sa note la plus élevée de 4,9 sur 5, obtenue à partir de plus de 1 000 évaluations. Ces résultats consolident TECH en tant qu'institution universitaire de référence internationale, reflétant l'excellence et l'impact positif de son modèle éducatif.

03

Objectifs pédagogiques

L'objectif est de former des diplômés à l'utilisation pratique d'outils avancés d'Intelligence Artificielle appliqués au Marketing et à la Communication. Cet objectif sera atteint grâce à une expérience pratique conçue avec une rigueur académique, axée sur le développement de stratégies innovantes et personnalisées. Encadrés par des experts du secteur, les étudiants maîtriseront les technologies de pointe pour optimiser les campagnes et prendre des décisions stratégiques fondées sur des données précises.



Objectifs généraux

- Comprendre les principes de la transformation du Marketing Numérique par l'utilisation de l'Intelligence Artificielle et maîtriser l'utilisation des outils pour optimiser les stratégies SEO et SEM
- Appliquer des techniques d'Intelligence Artificielle dans la gestion et l'analyse des réseaux sociaux pour améliorer la portée et l'interaction, ainsi que pour améliorer la communication avec les clients sur différentes plateformes
- Concevoir et développer des *chatbots* et des Assistants Virtuels efficaces pour les stratégies de Marketing Numérique, en appliquant également des techniques d'analyse prédictive et de *Big Data*
- Utiliser l'Intelligence Artificielle et l'*Email Marketing* pour la personnalisation et l'automatisation avancée des campagnes





Objectifs spécifiques

- Maîtriser l'ingénierie du *prompt* au ChatGPT et la génération d'images par l'Intelligence Artificielle pour optimiser l'interaction des campagnes Marketing et la génération de contenus pour les blogs et les réseaux sociaux
- Appliquer les techniques d'Intelligence Artificielle dans la création de vidéos pour enrichir et diversifier le contenu audiovisuel dans le Marketing
- Intégrer stratégiquement le contenu généré par l'Intelligence Artificielle dans des stratégies globales de Marketing Numérique, en recherchant et en anticipant les tendances futures afin de rester à l'avant-garde
- Développer des méthodes d'évaluation et de mesure pour analyser l'impact du contenu généré par l'Intelligence Artificielle dans les stratégies de Marketing
- Mettre en œuvre des stratégies d'automatisation des processus de Marketing à l'aide de l'Intelligence Artificielle, en intégrant efficacement diverses données et plateformes
- Appliquer des techniques d'Intelligence Artificielle pour optimiser les campagnes publicitaires, maximiser leur efficacité, et personnaliser les audiences pour un ciblage précis et efficace
- Utiliser l'Intelligence Artificielle dans l'*Email Marketing* pour automatiser les processus et personnaliser les campagnes de manière avancée
- Effectuer une analyse des sentiments avec l'Intelligence Artificielle sur les médias sociaux et les *feedbacks* des clients pour comprendre les perceptions et les opinions, optimiser la tarification et les promotions pour une stratégie de *pricing* plus efficace
- Appliquer des techniques d'Intelligence Artificielle dans l'analyse de grands volumes de données pour obtenir des informations pertinentes en Marketing
- Utiliser des outils de visualisation de données basés sur l'IA pour générer des rapports de campagne et de communication précis et compréhensibles
- Appliquer l'Intelligence Artificielle dans les études de marché pour identifier les tendances et les modèles pertinents, en segmentant de manière précise et efficace
- Mettre en œuvre l'analyse prédictive dans le domaine du Marketing pour soutenir la prise de décision stratégique
- Utiliser l'Intelligence Artificielle dans la mesure du Retour sur Investissement Marketing afin d'évaluer l'efficacité des stratégies
- Maîtriser les techniques et les outils de *scoring* des *leads*, identifier et hiérarchiser les opportunités à fort potentiel
- Mettre en œuvre l'Intelligence Artificielle dans la gestion de la relation client pour améliorer l'interaction et la satisfaction et prédire les besoins des clients
- Effectuer une analyse concurrentielle avec l'IA pour identifier les forces, les faiblesses et les opportunités sur le marché



Vous mettez en œuvre des solutions de pointe basées sur l'Intelligence Artificielle qui répondent aux demandes du marché en matière de Marketing et de Communication"

04

Stage Pratique

La période de Formation Pratique de ce programme d'Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication consiste en un stage clinique dans une institution prestigieuse, d'une durée de 3 semaines, du lundi au vendredi avec 8 heures consécutives de formation pratique aux côtés d'un assistant spécialiste.

Dans cette proposition de formation entièrement pratique, les activités visent à développer et à perfectionner les compétences nécessaires à la prestation d'une vaste gamme de services de Marketing et de Communication.

Il s'agit sans aucun doute d'une opportunité d'apprendre en travaillant dans le monde dynamique du Marketing numérique, où l'intégration des outils d'Intelligence Artificielle est au cœur des stratégies modernes. Il s'agit d'une nouvelle façon de comprendre et d'optimiser les processus de Communication, ce qui fait de TECH le cadre idéal pour cette expérience innovante, conçue pour perfectionner les compétences professionnelles en matière de gestion de campagnes et de prise de décisions stratégiques.

L'enseignement pratique sera dispensé avec la participation active de l'étudiant, qui réalisera les activités et les procédures de chaque domaine de compétence (apprendre à apprendre et à faire), avec l'accompagnement et les conseils des enseignants et d'autres collègues formateurs qui facilitent le travail en équipe et l'intégration multidisciplinaire en tant que compétences transversales pour la pratique du Marketing et de la Communication (apprendre à être et apprendre à être en relation).

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





Module	Activité pratique
Analytique en Communication et Marketing	Collecter des données de performance sur des plateformes telles que Google Ads, les médias sociaux et le courrier électronique
	Analyser des paramètres tels que <i>l'engagement, la portée et la croissance de l'audience</i>
	Utiliser des outils tels que Google Analytics pour suivre les interactions sur les sites web
	Classer les clients en groupes en fonction de leurs intérêts, de leur comportement ou de leurs caractéristiques démographiques
Création de contenu à l'aide de l'Intelligence Artificielle	Créer du contenu informatif ou persuasif optimisé pour le SEO
	Concevoir des messages percutants adaptés à chaque plateforme
	Utiliser l'Intelligence Artificielle pour générer des graphiques, des illustrations et des conceptions uniques
	Programmer le contenu dans les réseaux sociaux ou les blogs de manière efficace
Techniques avancées de Marketing Numérique	Identifier des groupes d'utilisateurs présentant des caractéristiques similaires afin de personnaliser les campagnes
	Utiliser des moteurs de recommandation pour suggérer des produits ou des services en fonction du comportement de l'utilisateur
	Répondre automatiquement aux questions fréquentes et guider l'utilisateur tout au long du processus d'achat
	Modifier automatiquement les campagnes en fonction des performances (budget, audience ou créativité)
Optimisation des Ventes avec l'Intelligence Artificielle	Analyser les modèles de comportement pour identifier de nouveaux clients potentiels
	Générer des courriels, des publicités ou des messages ciblés pour chaque <i>lead en fonction de son comportement et de ses centres d'intérêt</i>
	Envoyer des séquences d'e-mails automatisées adaptées au cycle de vie du client
	Détecter les goulets d'étranglement et optimiser les étapes du processus de vente

05 Centres de stages

Dans sa volonté d'offrir un enseignement de qualité à la portée du plus grand nombre, TECH a décidé d'élargir ses horizons académiques afin que cette formation puisse être dispensée dans différents centres à travers le monde. Une opportunité unique qui permet aux professionnels de continuer à développer leur carrière aux côtés des meilleurs spécialistes du secteur dans diverses cliniques de premier plan.

“

Vous effectuerez votre Formation Pratique dans une entité renommée dans le domaine du Marketing et de la Communication”





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



École de Commerce

La Guía de Sevilla

Pays
Espagne

Ville
Sevilla

Adresse : Avda. de las Ciencias 26 B 2
7ºB 41020 Sevilla

Agence de Marketing et de Publicité

Formations pratiques connexes :

- Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication

06

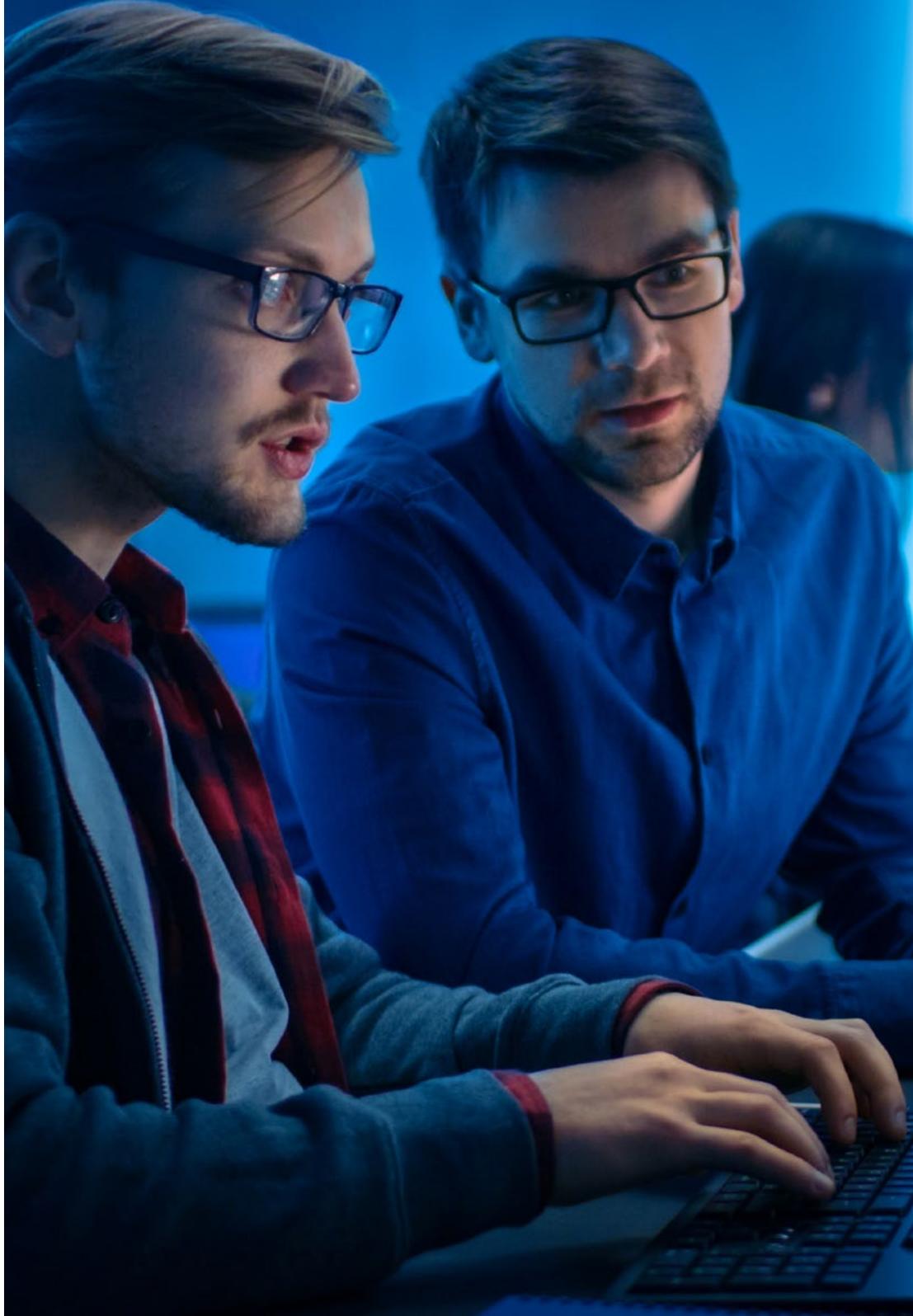
Conditions générales

Assurance responsabilité civile

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

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

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



Conditions Générales de la Formation Pratique

Les conditions générales de la Convention de Stage pour le programme sont les suivantes :

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

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

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

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

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

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

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

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

07 Diplôme

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme propre de **Formation Pratique en Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique au monde.

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

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

Diplôme : **Formation Pratique en Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication**

Durée : **3 semaines**

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

Crédits : **4 ECTS**



future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langue

tech global
university

Formation Pratique
Intelligence Artificielle dans le
Marketing et la Communication

Formation Pratique

Intelligence Artificielle dans le Marketing et la Communication

