

# Executive Mastère

MBA en Gestion de  
Communication d'Entreprise  
(CCO, Chief Communications Officer)

M B A G C E C C O



## Executive Mastère MBA en Gestion de Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé a: Diplômés et professionnels ayant une expérience avérée dans les domaines liés à la communication et aux relations institutionnelles ou commerciales

Accès au site web: [www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-management-communication-entreprise-cco-chief-comunication-officer](http://www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-mba-management-communication-entreprise-cco-chief-comunication-officer)

# Sommaire

01

Accueil

---

*page 4*

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

*page 6*

03

Pourquoi notre programme?

---

*page 10*

04

Objectifs

---

*page 14*

05

Compétences

---

*page 20*

06

Structure et contenu

---

*page 26*

07

Méthodologie

---

*page 36*

08

Profil de nos étudiants

---

*page 44*

09

Direction de la formation

---

*page 48*

10

Impact sur votre carrière

---

*page 52*

11

Bénéfices pour votre  
entreprise

---

*page 56*

12

Diplôme

---

*page 60*

# 01 Accueil

La communication joue un rôle décisif dans la réalisation des objectifs des entreprises à l'échelle globale. Cette arme puissante peut être utilisée pour diriger un message spécifique dans différents canaux, comme les réseaux sociaux ou les médias, entre autres, en exprimant les valeurs, la mission et la vision de l'entreprise. Il est donc essentiel de disposer de professionnels qui comprennent l'influence de ce type d'outils d'un point de vue global. C'est pourquoi ce programme fournira les outils nécessaires au développement des gestionnaires dans un domaine de travail de plus en plus demandé. Ainsi, grâce au contenu que les diplômés recevront avec ce programme, ils pourront se positionner comme directeur de la communication de grandes entreprises. Une opportunité unique de réussite professionnelle uniquement disponible chez TECH.



**MBA en Gestion de Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer).**  
TECH Université Technologique



“

*Acquérir les compétences dont vous avez besoin pour mener à bien une gestion de la communication avec ce programme TECH. Si vous voulez devenir un directeur de la communication performant”*

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:



### 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"*



### 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.

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 renforcer les compétences de gestion et de leadership dans le domaine de la communication corporative, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Après le programme, vous serez en mesure de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.



“

*L'un de nos principaux objectifs est de vous aider à développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement votre entreprise”*

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

Le MBA Management en Technologies de Communication d'Entreprise (CCO, Chief Technical Officer) formera pour:

01

Développer des stratégies de gestion de la marque et de la réputation des entreprises en tant que ressources stratégiques pour la différenciation, la légitimité et l'excellence commerciale

03

Renforcer les aptitudes, les compétences et le leadership des futurs gestionnaires d'immobilisations incorporelles



02

Décrivez le rôle stratégique d'une communication intégrée et cohérente avec tous les *stakeholders*

04

Établir des techniques de construction de la marque personnelle et professionnelle

05

Mettre en œuvre des mesures rigoureuses qui démontrent le retour de la gestion stratégique des actifs incorporels, avec des indicateurs non financiers consolidés et un impact commercial direct sur l'entreprise

07

Établir des stratégies de communication complexes pour s'adresser à tous les publics

06

Planifier et exécuter des plans de communication complets

08

Développer les aptitudes et les compétences nécessaires pour gérer efficacement le département de la communication de toute organisation sous tous ses aspects



09

Décrivez les éléments essentiels de la gestion de la communication d'entreprise

10

Explorer les particularités de la communication dans des secteurs spécifiques

11

Comprendre le contexte international dans lequel l'entreprise opère





12

Acquérir les compétences de gestion nécessaires pour une communication d'entreprise correcte

13

Être capable de gérer des équipes et de résoudre des conflits au travail

14

Planifier et créer des stratégies de sensibilisation à la marque et de fidélisation de la clientèle

# 05 Compétences

Après avoir réussi les évaluations du MBA en Direction Communication d'Entreprise (CCO, Chief Technical Officer), le professionnel aura acquis les compétences nécessaires pour adopter une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante. De cette façon, et grâce à l'approche innovante et très efficace de ce programme, les étudiants auront les compétences nécessaires pour se positionner comme un manager prestigieux dans le domaine de la communication d'entreprise (Chief Communications Officer).



“

*Un programme avec une approche nouvelle qui vous préparera à travailler avec succès en tant que Chief Communications Officer (CCO) dans des entreprises de toutes tailles”*

01

Communiquer de manière appropriée en utilisant les outils numériques les plus avancés

02

Exécuter des plans de communication intégrale

03

Appliquer les techniques nécessaires à la gestion d'un service de communication au sein des entreprises et des institutions

04

Appliquer les processus créatifs au domaine de la communication d'entreprise

05

Mettre en œuvre des mesures rigoureuses qui démontrent le retour de la gestion stratégique des actifs incorporels, avec des indicateurs non financiers consolidés et un impact commercial direct sur l'entreprise



06

Identifier les publics des médias Gérer efficacement le département de la communication de toute organisation dans tous ses aspects

08

Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale

09

Planifier et exécuter des plans de communication complets

07

Élaborer une feuille de route pour la durabilité, la transparence et l'économie sociale, afin de l'aligner sur le cadre éthique global du secteur en question

10

Produire des textes basés sur les conventions structurelles et linguistiques de chaque typologie textuelle



11

Mettre en œuvre des modèles de gestion qui permettent d'optimiser les processus de communication interne

12

Identifier l'environnement de l'entreprise et le public auquel il s'adresse

13

Établir des stratégies de communication complexes, pour s'adresser à tous les publics





14

Gérer la réputation de votre entreprise

15

Utilisez les médias sociaux et l'*e-mobile* pour soutenir et révolutionner votre entreprise et utilisez ces outils pour atteindre des objectifs de publicité et de relations publiques

16

Développer des stratégies de gestion de la marque et de la réputation des entreprises en tant que ressources stratégiques pour la différenciation, la légitimité et l'excellence commerciale

# 06

# Structure et contenu

Le MBA en Management en Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) contient un contenu innovant et hautement spécialisé, conçu en fonction des besoins des professionnels du secteur. Avec une approche éminemment pratique, technique et orientée vers les entreprises, le programme couvre tous les postulats nécessaires à une gestion efficace et réussie de la communication.



“

*Notre programme complet vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour évoluer avec succès dans le domaine de la communication d'entreprise”*

## Programme d'études

MBA en Gestion de Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) , de TECH Université Technologique, est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux décisions en matière de communication commerciale. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours des 1.500 heures d'étude vous analyserez une multitude de cas pratiques, par le biais de travaux individuels, réalisant ainsi un apprentissage efficace, qui vous sera d'une grande utilité dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Cet Executive Mastère traite en profondeur différents domaines de l'entreprise et est spécialisé à spécialiser les cadres qui comprennent la gestion supérieure d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour vous, axé sur votre perfectionnement professionnel, qui vous prépare à l'excellence dans le domaine de la gestion et de la communication d'entreprise. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise, grâce à un contenu innovant, basé sur les dernières tendances, soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous fournira les compétences nécessaires pour résoudre les situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme s'étend sur 12 mois et est divisé en trois blocs principaux:

### Bloc 1

Compétences en gestion et en leadership

#### Module 1

Gestion des organisations

#### Module 2

Compétences en matière de gestion

#### Module 3

Éthique et responsabilité sociale des entreprises

### Bloc 2

Stratégie de la Communication d'entreprise

#### Module 4

Communication d'Entreprise, stratégie de marque et réputation

#### Module 5

Planification stratégique de la Communication d'Entreprise

#### Module 6

Aspects managériaux de la Communication d'Entreprise

### Bloc 3

Autres domaines de communication

#### Module 7

La communication dans les secteurs spécialisés

#### Module 8

Marketing et communication

#### Module 9

Gestion de la relation client

#### Module 10

Stratégie de communication dans l'environnement digital

## Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce MBA en Direction des Communication d'Entreprise (CCO, Chief Technical Officer) entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude

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

## Bloc 1: Compétences en gestion et en leadership

### Module 1. Gestion des organisations

#### 1.1. Direction stratégique

- 1.1.1. Design organisationnel
- 1.1.2. Position stratégique de l'entreprise
- 1.1.3. Stratégie concurrentielle et stratégie d'entreprise

#### 1.2. Finances des entreprises

- 1.2.1. Politique financière et croissance
- 1.2.2. Méthodes d'évaluation des entreprises
- 1.2.3. Structure du capital et levier financier
- 1.2.4. Finance pour le responsable *de la Communication Mondiale*

#### 1.3. Leadership stratégique pour l'économie immatérielle

- 1.3.1. Stratégies d'alignement culturel
- 1.3.2. Leadership entreprise et différenciation
- 1.3.3. Agent de changement et de transformation

#### 1.4. Situation économique

- 1.4.1. Principes fondamentaux de l'économie mondiale
- 1.4.2. La mondialisation des entreprises et des marchés financiers
- 1.4.3. Entrepreneuriat et nouveaux marchés

#### 1.5. Innovation et transformation digitale

- 1.5.1. Direction et innovation stratégique
- 1.5.2. Idées créatives et *Design Thinking*
- 1.5.3. *Open innovation*
- 1.5.4. *Share economy*

#### 1.6. Contexte international

- 1.6.1. Géopolitique
- 1.6.2. Marché des changes et taux de change
- 1.6.3. Couverture par des contrats de swap
- 1.6.4. Investissement à l'étranger et financement des exportations

### Module 2. Compétences en matière de gestion

#### 2.1. Discours et formation de porte-parole

- 2.1.1. Communication interpersonnelle
- 2.1.2. Compétences communicatives et l'influence
- 2.1.3. Obstacles à la communication

#### 2.2. Communication et leadership

- 2.2.1. Leadership et styles de leadership
- 2.2.2. Motivation
- 2.2.3. Capacités et compétences du dirigeant 2.0

#### 2.3. Branding personnel

- 2.3.1. Stratégies d'image de Branding Personal
- 2.3.2. Lois du *Branding* personnel
- 2.3.3. Outils de construction de la marque personnelle

#### 2.4. Gestion des équipes

- 2.4.1. Groupes de travail et direction des réunions
- 2.4.2. Gestion des processus de changement
- 2.4.3. Gestion d'équipes multiculturelles
- 2.4.4. *Coaching*

#### 2.5. Négociation et résolution des conflits

- 2.5.1. Techniques de négociation efficaces
- 2.5.2. Conflits interpersonnels
- 2.5.3. Négociation interculturelle

#### 2.6. Intelligence émotionnelle

- 2.6.1. Intelligence émotionnelle et communication
- 2.6.2. Affirmation, empathie et écoute active
- 2.6.3. Estime de soi et langage émotionnel

#### 2.7. Capital relationnel: *Coworking*

- 2.7.1. Gestion du Capital Humain
- 2.7.2. Analyse des performances
- 2.7.3. Gestion de l'égalité et de la diversité
- 2.7.4. L'innovation dans la gestion des personnes

#### 2.8. Gestion du temps

- 2.8.1. Planification, organisation et contrôle
- 2.8.2. Méthodologie de gestion du temps
- 2.8.3. Plans d'action
- 2.8.4. Outils pour une gestion efficace du temps

**Module 3. Éthique et responsabilité sociale des entreprises****3.1. La fonction de direction et la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)**

- 3.1.1. Vision stratégique de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 3.1.2. Le Tableau de Bord Prospectif
- 3.1.3. Systèmes et modèles pour la mise en œuvre de la RSE
- 3.1.4. Organisation de la RSE Rôles et responsabilités

**3.2. Corporate responsibility**

- 3.2.1. La création de valeur dans une économie de biens incorporels
- 3.2.2. RSE: engagement des entreprises
- 3.2.3. Impact social, environnemental et économique

**3.3. Finance et investissement responsables**

- 3.3.1. Le développement durable et la responsabilité du Directeur Financier
- 3.3.2. Transparence de l'information
- 3.3.3. Financement et investissement responsable
- 3.3.4. Économie sociale, coopérativisme et responsabilité sociale des entreprises

**3.4. Les entreprises et l'environnement**

- 3.4.1. Développement durable
- 3.4.3. Réponse des entreprises aux problèmes environnementaux
- 3.4.4. Déchets et émissions

**3.5. Packaging et environnement**

- 3.5.1. *Packaging* comme stratégie de différenciation d'entreprise
- 3.5.2. Animation et communication au point de vente
- 3.5.3. *Packaging Design* et tendances du futur

**3.6. Systèmes et outils de gestion responsables**

- 3.6.1. Systèmes de gestion de la responsabilité sociale
- 3.6.2. Intégration des systèmes
- 3.6.3. Systèmes de gestion de la qualité, de l'environnement et de la santé et sécurité au travail
- 3.6.4. Audits

**3.8. Multinationales et droits de l'homme**

- 3.8.1. Mondialisation, droits de l'homme et les entreprises multinationales
- 3.8.2. Les multinationales face au Droit international
- 3.8.3. Instruments juridiques spécifiques

**3.9. Environnement juridique et gouvernance d'entreprise**

- 3.9.1. Importation et exportation internationales et Exportation
- 3.9.2. Propriété intellectuelle et industrielle
- 3.9.3. Droit international du travail

**Bloc 2: Stratégie de communication de l'entreprise****Module 4. Communication d'entreprise, stratégie de marque et réputation****4.1. Identité d'entreprise et vision stratégique**

- 4.1.1. Identité et redéfinition des valeurs de l'entreprise
- 4.1.2. Culture d'entreprise
- 4.1.3. Les défis du Département de la Communication
- 4.1.4. Image et projection publique

**4.2. Stratégie de la marque d'entreprise**

- 4.2.1. Image publique et *Stakeholders*
- 4.2.2. Stratégie et gestion de l'image de marque des entreprises
- 4.2.3. Stratégie de Communication d'Entreprise alignée sur l'identité de la marque

**4.3. Théorie de la réputation**

- 4.3.1. La réputation comme paradigme d'une bonne entreprise
- 4.3.2. Concept de réputation des entreprises
- 4.3.3. Réputation interne
- 4.3.4. L'influence de l'internationalisation sur la réputation de la société

**4.4. Évaluation de la réputation**

- 4.4.1. L'audit de la réputation des entreprises
- 4.4.2. *Listed Companies Reputation Monitor*
- 4.4.3. Indice de Bonne Gouvernance de la Réputation
- 4.4.4. Analyse de la réputation sectorielle

**4.5. Gestion de la réputation**

- 4.5.1. Gestion de la réputation des entreprises
- 4.5.2. L'approche de la réputation de la marque
- 4.5.3. Gestion de la réputation des dirigeants

**4.6. Risque de réputation et gestion de crise**

- 4.6.1. Écoute et gestion des perceptions
- 4.6.2. Procédures, manuel de crise et plans de contingence
- 4.6.3. Formation de porte-parole dans des situations d'urgence

**4.7. Durabilité éthique**

- 4.7.1. Stratégie et critères durabilité
- 4.7.2. Campagnes de communication avec des critères de durabilité
- 4.7.3. Positionnement et image de marque durable

**4.8. Mesures et analyses de la marque et de la réputation**

- 4.8.1. Introduction aux mesures de la marque d'entreprise
- 4.8.2. Indices de mesure internes et externes
- 4.8.3. Outils de gestion de la marque
- 4.8.4. Rankings et évaluation des marques

## Module 5. La planification stratégique dans la communication d'entreprise

### 5.1. Strategic planner

- 5.1.1. Planificateur stratégique: origines et fonctions
- 5.1.2. Le *Strategic Planner* dans les entreprises de publicité, les cabinets de conseil stratégique et les entreprises de communication
- 5.1.3. Gestion des *Stakeholders*

### 5.2. Modèles et écoles de planification

- 5.2.1. Modèles pour la gestion des immobilisations incorporelles
- 5.2.2. Actifs incorporels et planification stratégique
- 5.2.3. Évaluation des immobilisations incorporelles
- 5.2.4. Réputation et immobilisations incorporelles

### 5.3. Recherche qualitative en matière de planification stratégique

- 5.3.1. Détection d'insights
- 5.3.2. Focus *Group* pour la planification stratégique
- 5.3.3. Planification des entretiens stratégiques

### 5.4. Recherche quantitative en matière de planification stratégique

- 5.4.1. Analyser les données et tirer des conclusions
- 5.4.2. Utilisation de techniques psychométriques
- 5.4.3. Les défis de la recherche appliquée en communication d'entreprise

### 5.5. Formulation de la stratégie créative

- 5.5.1. Explorer les alternatives stratégiques
- 5.5.2. Contre-briefing ou *briefing créatif*
- 5.5.3. *Branding et Positioning*

### 5.6. Utilisation stratégique des différents médias

- 5.6.1. Campagnes 360°
- 5.6.2. Lancement de nouveaux produits
- 5.6.3. Tendances sociales
- 5.6.4. Évaluation de l'efficacité

### 5.7. Tendances de la communication d'entreprise

- 5.7.1. Génération et distribution de contenu d'entreprise
- 5.7.2. La communication d'entreprise sur le Web 2.0
- 5.7.3. Mise en œuvre de métriques dans le processus de communication

### 5.8. Parrainage et mécénat

- 5.8.1. Stratégies d'action en matière de parrainage, de mécénat et de publicité sociale
- 5.8.2. Opportunités de communication et retours tangibles et intangibles
- 5.8.3. Actions d'accueil et de collaboration

## Module 6. Aspects managériaux de la communication d'entreprise

### 6.1. La communication dans les organisations

- 6.1.1. Organisations, personnes et société
- 6.1.2. Évolution historique du comportement organisationnel
- 6.1.3. Communication à double sens
- 6.1.4. Obstacles à la communication

### 6.2. Structure, gestion et défis de la gestion de la communication

- 6.2.1. Structure départementale des directions de la communication
- 6.2.2. Tendances actuelles des modèles de gestion
- 6.2.3. Intégration des immobilisations incorporelles
- 6.2.4. Les défis du département de la communication

### 6.3. Plan de communication intégral

- 6.3.1. Audit et diagnostic
- 6.3.2. Élaboration du plan de communication
- 6.3.3. Mesure des résultats: KPI et ROI

### 6.4. Effets des médias

- 6.4.1. Efficacité du marketing et de la publicité
- 6.4.2. Théories des effets des médias
- 6.4.3. Modèles sociaux et de co-création

### 6.5. Bureaux de presse et relations avec les médias

- 6.5.1. Identification des possibilités et des besoins d'information
- 6.5.2. Gestion des rapports et des entretiens avec les porte-paroles
- 6.5.3. *Press-room virtuel et e-communication*
- 6.5.4. Achat d'espaces publicitaires

### 6.6. Relations publiques

- 6.6.1. Stratégie et pratique des relations publiques
- 6.6.2. Règles de protocole et de cérémonie
- 6.6.3. Organisation de manifestations et gestion créative

### 6.7. Lobbies et groupes de pression

- 6.7.1. Groupes d'opinion et leurs activités dans les entreprises et les institutions
- 6.7.2. Relations institutionnelles et *lobbying*
- 6.7.3. Domaines d'intervention, instruments réglementaires, stratégie et médias

### 6.8. Communication interne

- 6.8.1. Programmes de motivation, d'action sociale, de participation et de formation avec les RH.
- 6.8.2. Instruments et supports de communication interne
- 6.8.3. Le plan de communication interne

### 6.9. Branding & naming

- 6.9.1. Gestion des marques et coordination du lancement de nouveaux produits
- 6.9.2. Repositionnement des marques

### 6.10. Prévisions des audiences et des sources de données

- 6.10.1. Unités de mesure et profils d'audience
- 6.10.2. Affinité, *partage, classement et GrP's*
- 6.10.3. Les prestataires actuels sur le marché de la publicité

**Bloc 3: Autres domaines de communication****Module 7. La communication dans les secteurs spécialisés****7.1. Communication financière**

- 7.1.1. La valeur des immobilisations incorporelles
- 7.1.2. La communication Financière dans les sociétés cotées
- 7.1.3. Les émetteurs de la Communication Financière
- 7.1.4. Public cible dans le des opérations financières

**7.2. Communication politique et électorale**

- 7.2.1. L'image dans la politique et les élections et les campagnes électorales
- 7.2.2. Publicité politique
- 7.2.3. Plan de communication politique et électorale
- 7.2.4. Audits de communication électorale

**7.3. Communication et santé**

- 7.3.1. Journalisme et information sur la santé
- 7.3.2. Communication interpersonnelle et de groupe appliquée à la santé
- 7.3.3. Communication des risques et gestion communicative des crises sanitaires

**7.4. Culture numérique et muséographie hypermédia**

- 7.4.1. Production et diffusion de l'art à l'ère numérique
- 7.4.2. Les espaces culturels comme paradigme des convergences hypermédiatiques et transmédiatiques
- 7.4.3. Participation constructive à la culture digitale

**7.5. Communication de pointe dans les organisations publiques**

- 7.5.1. La communication dans le secteur public
- 7.5.2. Stratégie et création dans la communication d'organisations publiques
- 7.5.3. Les actifs incorporels dans le secteur public
- 7.5.4. Politique d'information dans les organisations publiques

**7.6. La communication dans les organisations à but non lucratif**

- 7.6.1. ENL et relations avec les organismes Publics
- 7.6.2. Réputation des Entités à but non lucratif
- 7.6.3. Diagnostic, évaluation et développement de plans de communication pour ce type d'organisation d'entités
- 7.6.4. Des chiffres et des supports différents

**Module 8. Marketing et communication****8.1. Product placement et branded content**

- 8.1.1. Formes uniques de communication et de placement de la marque
- 8.1.2. Concepts, produits et services dans des médias conviviaux

**8.2. Planification des médias numériques et contrats**

- 8.2.1. *Real Time Biding*
- 8.2.2. Planification des campagnes digitales intégrées
- 8.2.3. Tableau de bord du contrôle des investissements publicitaires

**8.3. Marketing promotionnel**

- 8.3.1. Promotion des consommateurs
- 8.3.2. Force de vente, canal, point de vente et des promotions spéciales
- 8.3.3. Succès et rentabilité des actions promotionnelles

**8.4. Planification, exécution et mesure des campagnes SEM**

- 8.4.1. Marketing de moteur de recherche
- 8.4.2. Conversion du trafic en trafic qualifié
- 8.4.3. Gestion de projet SEM

**8.5. Métriques et analyse des résultats des campagnes de publicité digitale**

- 8.5.1. *Adservers*
- 8.5.2. Mesures traditionnelles et GrP digitales
- 8.5.3. *Crossmedia* et interactions

**8.6. Display Advertising, Rich Media et Publicidad Viral**

- 8.6.1. Médias, formats et supports
- 8.6.2. L'entonnoir de conversion
- 8.6.3. Buzz marketing et WOM

**8.7. Mobile marketing, géolocalisation et internet TV**

- 8.7.1. Nouvelles applications du *marketing mobile*
- 8.7.2. Géolocalisation
- 8.7.3. Applications intégrant le web, *Geotagging* et mobile

**8.8. Efficacité de la publicité**

- 8.8.1. Techniques de recherche et de tracking de campagnes
- 8.8.2. Analyse efficace de la couverture et des fréquences
- 8.8.3. Modèles de notoriété et de répartition dans le temps de la pression publicitaire

## Module 9. Gestion de la relation client

### 9.1. CRM et marketing relationnel

- 9.1.1. Philosophie d'entreprise ou orientation stratégique
- 9.1.2. Identification et différenciation des clients
- 9.1.3. L'entreprise et ses *Stakeholders*
- 9.1.4. *Clienting*

### 9.2. Database marketing y customer relationship management

- 9.2.1. Applications du Database marketing
- 9.2.3. Sources, stockage et traitement des données

### 9.3. Psychologie et comportement du consommateur

- 9.3.1. L'étude du comportement du consommateur
- 9.3.2. Facteurs de consommation internes et externes
- 9.3.3. Processus de décision du consommateur
- 9.3.4. *Consommation*, société, marketing et éthique

### 9.4. Marketing consumer centric

- 9.4.1. Segmentation
- 9.4.2. Analyse de la rentabilité
- 9.4.3. Stratégies de fidélisation de la clientèle

### 9.5. Techniques du CRM management

- 9.5.1. Marketing direct
- 9.5.2. Intégration multicanal
- 9.5.3. Marketing viral

### 9.6. Avantages et dangers de la mise en œuvre de CRM

- 9.6.1. CRM, ventes et coûts
- 9.6.2. Satisfaction et fidélité des clients
- 9.6.3. Mise en place technologique
- 9.6.4. Erreurs de stratégie et de gestion

## Module 10. Stratégie de communication dans l'environnement digital

### 10.1. Web 2.0 ou web social

- 10.1.1. L'organisation à l'ère de la conversation
- 10.1.2. Le Web 2.0, c'est les gens
- 10.1.3. Environnement digital et nouveaux formats de communication

### 10.2. Communication et réputation digitale.

- 10.2.1. Rapport sur la réputation en ligne
- 10.2.2. Netiquette et bonnes pratiques dans les réseaux sociaux
- 10.2.3. *Branding* et *Networking 2.0*

### 10.3. Design et planification d'un plan de réputation en ligne

- 10.3.2. Plan de réputation de la marque
- 10.3.3. Métriques générales, ROI et CRM social
- 10.3.4. Crise en ligne et SEO de réputation

### 10.4. Plateformes généralistes, professionnelles et *microblogging*

- 10.4.1. Facebook
- 10.4.2. LinkedIn.
- 10.4.3. Twitter

### 10.5. Plateformes vidéo, image et mobilité

- 10.5.1. YouTube
- 10.5.2. Instagram
- 10.5.3. Flickr
- 10.5.4. Vimeo
- 10.5.5. Pinterest

### 10.6. Stratégie de contenu et *storytelling*

- 10.6.1. *Bloggng* corporative
- 10.6.2. Stratégie de marketing de contenu
- 10.6.3. Création d'un plan de contenus
- 10.6.4. Stratégie de curation de contenus

### 10.7. Stratégies des Médias Sociaux

- 10.7.1. Relations publiques d'entreprise et social media
- 10.7.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
- 10.7.3. Analyse et évaluation des résultats

### 10.8. Community management

- 10.8.1. Rôles, tâches et responsabilités du *Community manager*
- 10.8.2. Social Media Manager
- 10.8.3. Social Media Strategist

### 10.9. Social media plan

- 10.9.1. Design d'un plan de médias sociaux
- 10.9.2. Calendrier, budget, attentes et suivi
- 10.9.3. Protocole d'urgence en cas de crise

### 10.10. Outils de surveillance Online

- 10.10.1. Outils de gestion et applications de bureau
- 10.10.2. Outils de surveillance et d'étude



07

# 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.



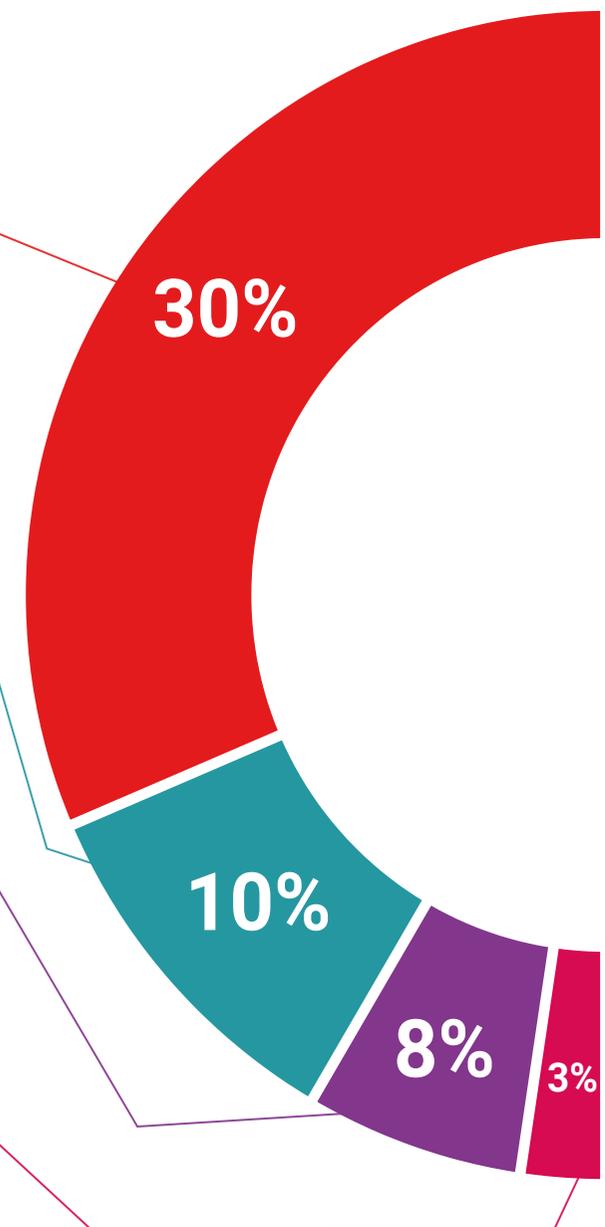
### Stages en compétences de gestion

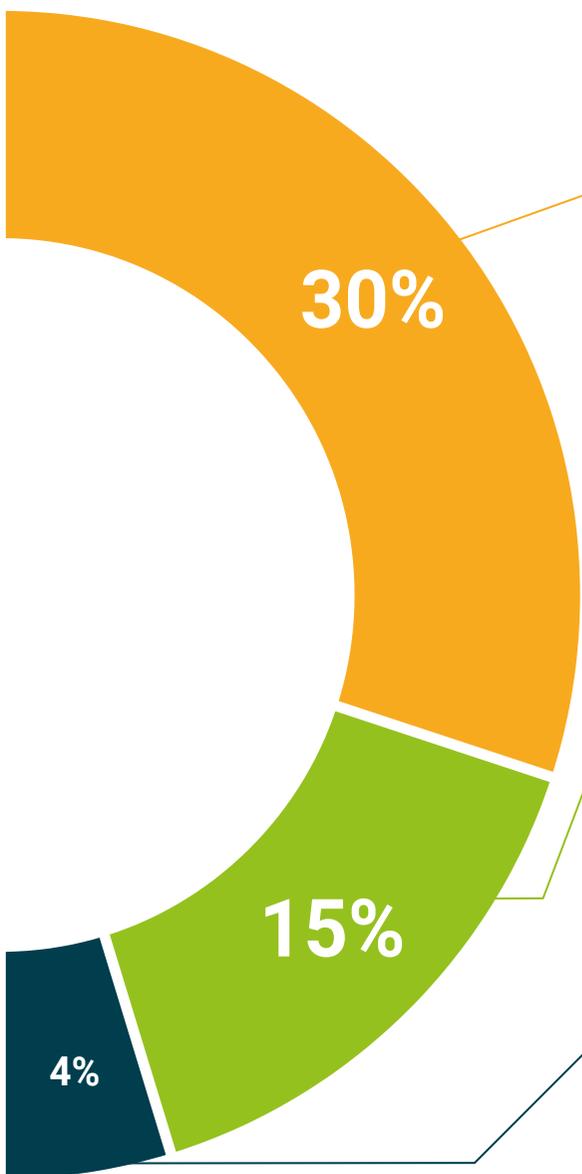
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



### 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.



08

# Profil de nos étudiants

Le MBA en Management de la Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) est un programme destiné aux professionnels de la communication qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances, découvrir de nouvelles façons de gérer l'information et la communication dans les entreprises et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants aux profils académiques différents et aux nationalités multiples constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme, ce qui est sans aucun doute un atout pour toute personne souhaitant évoluer dans un environnement international.



“

*Si vous avez de l'expérience dans le domaine de communication et que vous recherchez une amélioration intéressante de votre carrière tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous”*

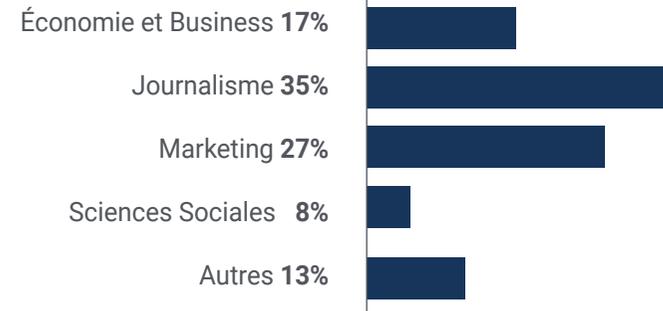
## Moyenne d'âge

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

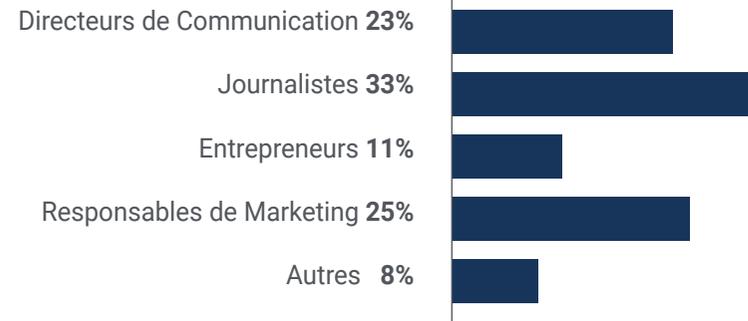
## Années d'expérience



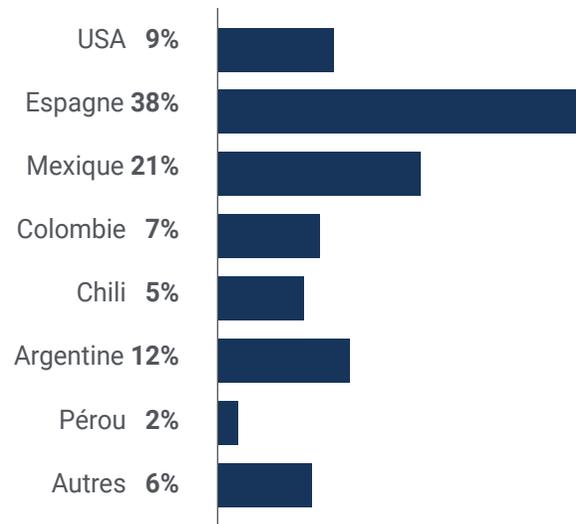
## Formation



## Profil académique



## Distribution géographique



## José Huertas

Directeur de communication

*"Le monde de la communication présente une série de particularités que l'on ne peut connaître qu'en travaillant et, dans le domaine de la communication d'entreprise, cette prémisse est encore plus remarquable. Cependant, grâce à ce Certificat de TECH, j'ai pu me tenir au courant des principales évolutions du secteur et appliquer tout ce que j'ai appris dans mon travail quotidien, ce qui m'a permis d'en tirer de grands avantages en peu de temps"*

09

# Direction de la formation

Chez TECH, nous disposons de professionnels spécialisés dans chaque domaine de connaissance, apportant l'expérience de leur travail à chaque cours. Une équipe multidisciplinaire au prestige reconnu qui s'est réunie pour vous offrir toutes ses connaissances dans ce domaine.



“

*Notre équipe d'enseignants experts en MBA en Management en Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) vous aidera à réussir dans votre profession”*

## Direction



### **M. Larrosa Guirao, Salvador**

- ♦ Professeur spécialisé en finance avec une vaste expérience dans ce domaine et dans l'enseignement

## Professeurs

### **Mme Gomis Noriega, Silvia**

- ♦ Professeur d'innovation
- ♦ Médecin ayant une longue expérience de l'enseignement



# 10

# Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. L'objectif ultime de cet effort important doit être de parvenir à une croissance professionnelle. Et pour ce faire, nous vous proposons un programme de très haut niveau académique qui apportera un plus à vos compétences et, par conséquent, vous pourrez faire un saut au niveau professionnel.



“

*Ce programme TECH vous permettra  
d'acquérir les compétences nécessaires  
pour réussir votre carrière”*

*La promotion interne est l'une des meilleures options pour améliorer votre travail, alors n'hésitez pas plus longtemps et entraînez-vous pour réussir dans votre entreprise.*

### Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le MBA Management de la Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) de TECH est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux défis et aux décisions dans la communication d'entreprise et d'entreprise, tant dans le domaine hors ligne qu'en ligne. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

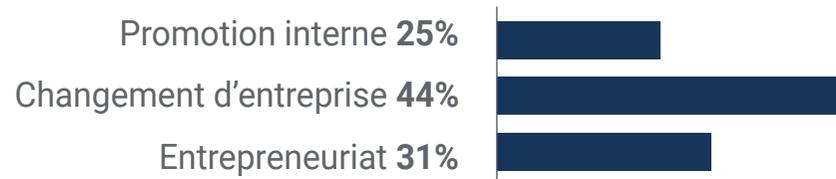
Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

*Réalisez un changement positif dans votre carrière, grâce à ce programme de spécialisation.*

### Le moment du changement



### Type de changement



## Amélioration du salaire

---

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants.



11

# Bénéfices pour votre entreprise

Le MBA Management de la Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) contribue à mettre les talents de l'organisation au maximum de son potentiel grâce à la spécialisation de dirigeants de haut niveau. Participer à ce programme est une occasion unique d'accéder à un réseau de contacts puissant où trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

*TECH vous permettra de connaître les principaux outils pour gérer avec aisance dans votre profession”*

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

01

### Accroître les talents et le capital intellectuel

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements significatifs 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 manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

### Former des agents du changement

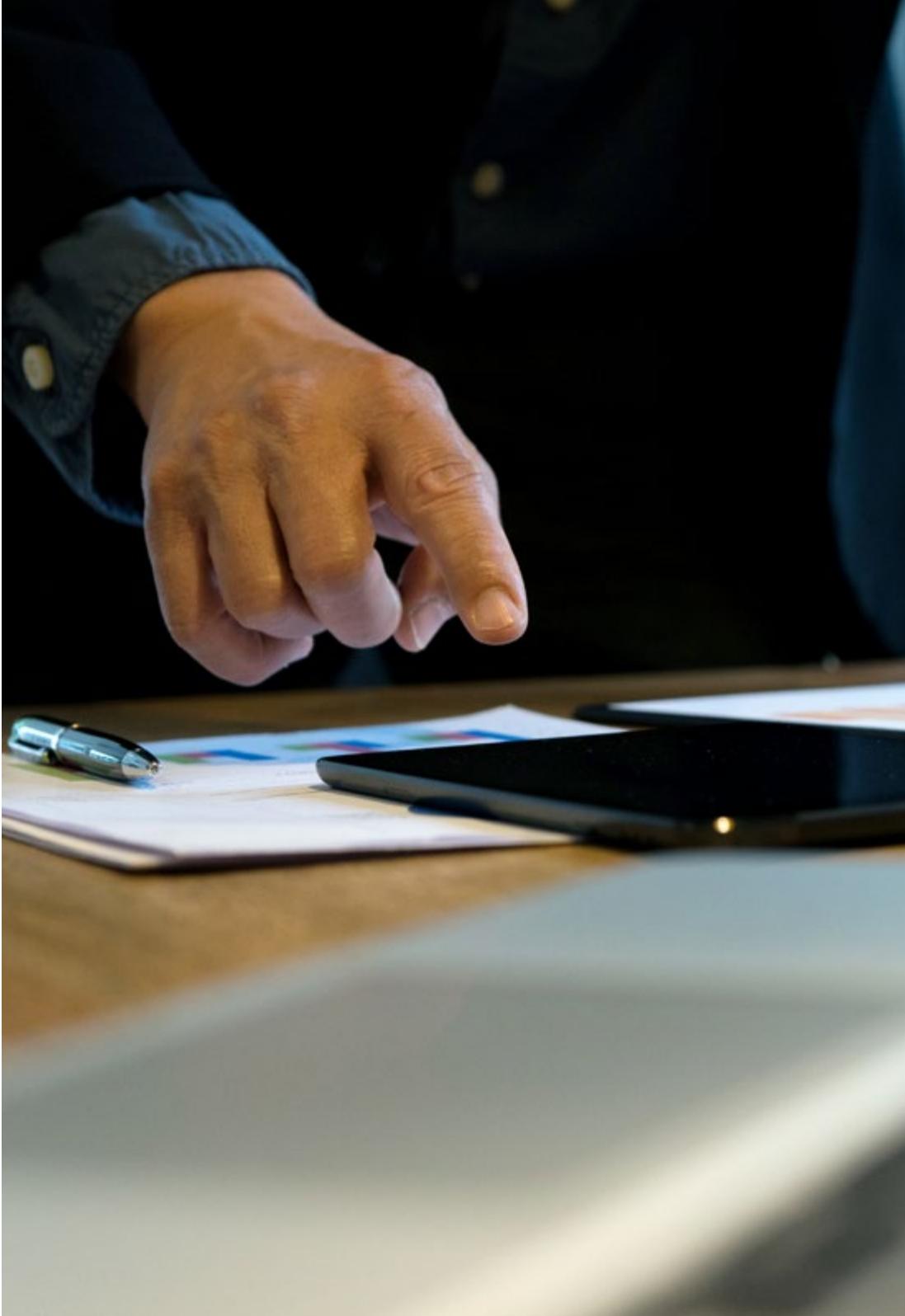
Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

---

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

Vous pourrez travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou du développement commercial de votre entreprise.

---

06

### Augmentation de la compétitivité

Ce programme dotera les étudiants des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation.

# 12 Diplôme

Le MBA Management de la Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer) vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès  
et recevez votre diplôme universitaire  
sans avoir à vous soucier des  
voyages ou de la paperasserie”*

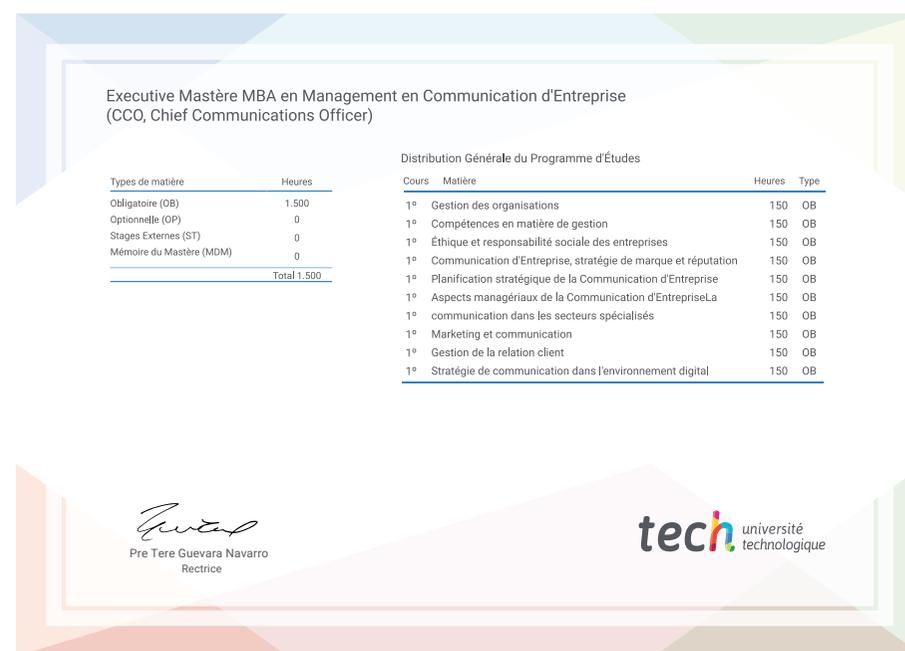
Ce **MBA en Management en Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer)** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception son correspondant diplôme **d'Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Executive Mastère MBA en Management en Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer)**

N.º d'Heures Officielles: **1.500 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.



## **Executive Mastère** MBA en Gestion de Communication d'Entreprise (CCO, Chief Communications Officer)

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Executive Mastère

MBA en Gestion de  
Communication d'Entreprise  
(CCO, Chief Communications Officer)