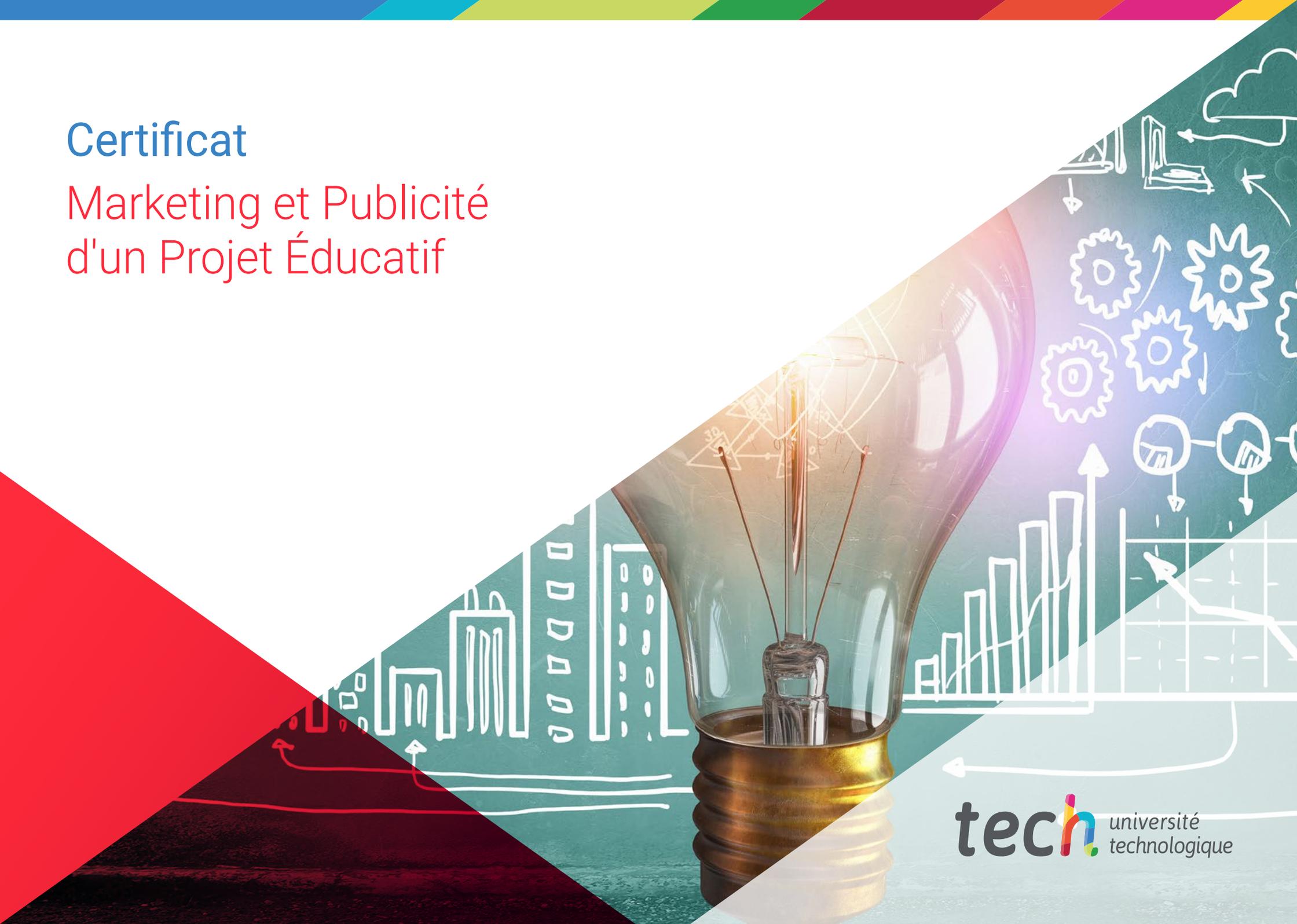


# Certificat

## Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif





## Certificat

### Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif

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

Accès au site: [www.techtute.com/fr/education/cours/marketing-publicite-projet-educatif](http://www.techtute.com/fr/education/cours/marketing-publicite-projet-educatif)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Direction de la formation

---

*page 12*

04

Structure et contenu

---

*page 16*

05

Méthodologie

---

*page 24*

06

Diplôme

---

*page 32*

01

# Présentation

Un autre domaine qui doit être pris en considération lors de la programmation et de la mise en œuvre d'un projet éducatif est le domaine économique et financier. D'autres plans académiques oublient ce champ fondamental lorsqu'ils envisagent la mise en œuvre ou la transformation d'un projet éducatif.





“

*Ce Certificat en Marketing et Publicité d'un  
Projet Éducatif créera un sentiment de  
sécurité dans l'exécution de la profession,  
ce qui vous aidera à vous épanouir  
personnellement et professionnellement”*

Si l'on ne tient pas compte de cet aspect important, le projet ne disposera pas d'un soutien financier suffisant pour être mis en œuvre efficacement dans le centre ou pour durer dans le temps. En d'autres termes, sans une étude détaillée et experte sur ce sujet, nous aurons essayé d'arroser constamment une plante qui ne dispose pas de racines suffisantes pour son développement potentiel.

C'est pourquoi, dans ce neuvième module, nous aborderons la planification et la gestion économique-financière des projets éducatifs, en commençant par une analyse de la situation et en tenant compte des problèmes éducatifs. Après une introduction à ce domaine, qui aidera les étudiants confrontés pour la première fois à ce domaine important du projet, à analyser la structure économique et l'étude du marché de l'éducation, il se poursuit par une recherche experte sur les techniques de projection et d'estimation des coûts, le contexte économique de l'étude technique et du dimensionnement, les décisions de localisation et les effets économiques organisationnels, le cadre juridique et les investissements du projet, et les bénéfices du projet et la construction des flux de trésorerie. Enfin, les critères d'évaluation du projet et le taux d'actualisation seront abordés, pour terminer par une analyse de risque et de sensibilité.

Après avoir étudié chaque phase de la programmation et de la mise en œuvre des projets éducatifs, et après avoir approfondi les zones d'intégration et d'influence les plus importantes dans l'ensemble du processus, il est important d'analyser un dernier domaine qui est souvent oublié dans ce type de projet, ou qui est souvent dirigé par du personnel qui n'est pas expert en la matière.

Ainsi, finalement ce Certificat avec l'étude appropriée du Marketing et de la Publicité s'est concentré sur les projets éducatifs. Un bon projet doit être correctement vendu et publicisé afin qu'il soit connu et puisse atteindre des objectifs plus larges et plus profonds.

Le cours commencera par une introduction au Marketing, qui permettra aux étudiants peu familiers avec ce champ d'action d'en comprendre toute la structure et de connaître les facteurs d'influence les plus importants à partir de la base. Il se poursuivra par l'étude de la planification commerciale, de la segmentation du marché et de la clientèle, du positionnement et de la construction d'une marque personnelle, de la créativité publicitaire et de la nouvelle forme de communication dans l'entreprise.

Ce **Certificat en Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Développement d'études de cas présentées par des experts en innovation éducative, en gestion scolaire et en Marketing
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Actualités sur la direction des centres éducatifs et l'innovation éducative
- ♦ Contient des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Avec un accent particulier sur les méthodologies innovantes dans la gestion des écoles et l'innovation éducative
- ♦ Tout cela sera complété par des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Actualisez vos connaissances grâce au programme "Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif"*

“

*Ce Certificat est le meilleur investissement que vous puissiez faire dans le choix d'un programme de remise à niveau pour deux raisons: en plus de mettre à jour vos connaissances en Marketing et Publicité d'un projet éducatif Scolaire, vous obtiendrez choix d'une formation de Certificat de TECH Université Technologique"*

Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine du Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif qui apportent leur expérience professionnelle à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus par des sociétés de référence et des universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est centrée sur l'apprentissage par les problèmes, grâce auquel l'éducateur doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du Certificat. Pour ce faire, l'éducateur sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus dans le domaine de la direction des établissements scolaires, de l'innovation éducative et du Marketing éducatif ayant une grande expérience de l'enseignement.

*Augmentez votre confiance dans la prise de décision en actualisant vos connaissances grâce à ce Certificat.*

*Profitez de l'occasion pour découvrir les dernières avancées en matière Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif et améliorez la attention à vos élèves.*



# 02 Objectifs

Le Certificat en Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif a pour but de faciliter la performance du professionnel qui se consacre au travail avec les étudiants dans le domaine de l'éducation.





“

*Ce Certificat est conçu pour vous permettre d'actualiser vos connaissances en matière de Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif, avec l'utilisation des dernières technologies éducatives, afin de contribuer avec qualité et sécurité à la prise de décision et au suivi de vos élèves"*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Connaître les éléments les plus importants du projet éducatif
- ♦ Former des personnes dans le domaine de l'éducation afin d'améliorer les projets éducatifs qu'elles utilisent, ou de développer un projet innovant de leur propre création ou basé sur des données probantes
- ♦ Étudier chacune des phases de programmation et d'implémentation d'un projet éducatif
- ♦ Analyser les facteurs essentiels à prendre en compte dans la programmation et l'implémentation d'un projet éducatif
- ♦ Obtenir une vision globale de l'ensemble du processus et pas seulement une position partielle
- ♦ Comprendre le rôle de chacun des acteurs éducatifs dans chaque phase de la programmation et de l'implémentation du projet éducatif
- ♦ Approfondir les facteurs essentiels de réussite du projet éducatif
- ♦ Devenir un expert dans la gestion ou la participation à un projet éducatif de qualité
- ♦ Aider les étudiants à développer les compétences nécessaires à la programmation et à la mise en œuvre de projets éducatifs
- ♦ Fournir aux apprenants les outils nécessaires à la création de leur propre projet éducatif innovant





## Objectifs spécifiques

---

- Connaître tous les aspects de la planification et de la gestion économique-financière nécessaires à la programmation et à la mise en œuvre de projets éducatifs
- Étudier le processus d'analyse situationnelle de l'école
- Examiner l'aspect économique en fonction du type de projet
- Apprendre les termes et processus nécessaires à la réalisation d'une étude de marché éducative efficace et réaliste
- Développer une stratégie commerciale en accord avec les objectifs de la programmation du projet
- Étudier les techniques les plus appropriées pour la projection et l'estimation des coûts d'un projet
- Découvrir l'importance du contexte économique de l'étude technique
- Connaître les étapes du dimensionnement et de l'optimisation d'un projet
- Apprendre le processus de prise de décision en matière de localisation
- Comprendre les effets économiques organisationnels qui influencent la programmation et l'implémentation des projets éducatifs
- Examiner le rôle du cadre juridique et des investissements liés au projet
- Analyser les avantages du projet et la nécessité de la construction de la trésorerie
- Étudier les critères d'évaluation les plus importants pour un projet éducatif
- Assimiler le processus d'analyse de risque et de sensibilité dans la programmation et l'implémentation de projets éducatifs
- Comprendre les termes les plus importants du Marketing éducatif
- Connaître les aspects fondamentaux nécessaires à une publicité efficace d'un projet éducatif
- Découvrir la nécessité du marketing dans l'implémentation d'un projet éducatif dans un centre
- Analyser le processus de planification commerciale
- Apprendre les phases nécessaires pour l'analyse, l'établissement des objectifs, la conception des stratégies et l'évaluation dans le domaine du marketing du projet éducatif
- Étudier la segmentation des marchés et des clients
- Identifier les besoins des clients afin de concevoir une stratégie de Marketing efficace et réaliste
- Développer des techniques appropriées pour positionner et construire une marque personnelle
- Étudier la créativité publicitaire dans les projets éducatifs
- Apprendre à créer des publicités dans l'environnement numérique
- Analyser tous les domaines nécessaires dans le domaine du marketing et de la publicité en relation avec les offres éducatives
- Découvrir les réseaux sociaux les plus importants à utiliser dans le Marketing et la publicité du projet éducatif
- Connaître le processus d'utilisation de chacun d'eux afin d'atteindre une efficacité optimale
- Étudier les phases de développement des campagnes publicitaires du projet éducatif
- Apprendre à créer et à gérer des stratégies de Marketing pour les entreprises de services
- Comprendre tous les domaines nécessaires liés aux stratégies de Marketing
- Analyser le processus d'évaluation de la rentabilité des campagnes

03

# Direction de la formation

Le personnel enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans le domaine de l'Intégration du Projet Éducatif dans le Centre Scolaire, qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation. En outre, d'autres experts au prestige reconnu participent à sa conception et à son élaboration, complétant ainsi le programme de manière interdisciplinaire.



“

*Apprenez des professionnels de premier plan  
les dernières avancées des procédures dans le  
domaine de la direction d'établissements éducatif  
et innovation éducative et Marketing éducatif"*

## Direction



### M. Pattier Bocos, Daniel

- ◆ Poste: Spécialiste de l'innovation éducative
- ◆ Chercheur et professeur d'université à la faculté d'Éducation de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Finaliste du prix du Meilleur Enseignant d'Espagne aux Educa Abanca Awards

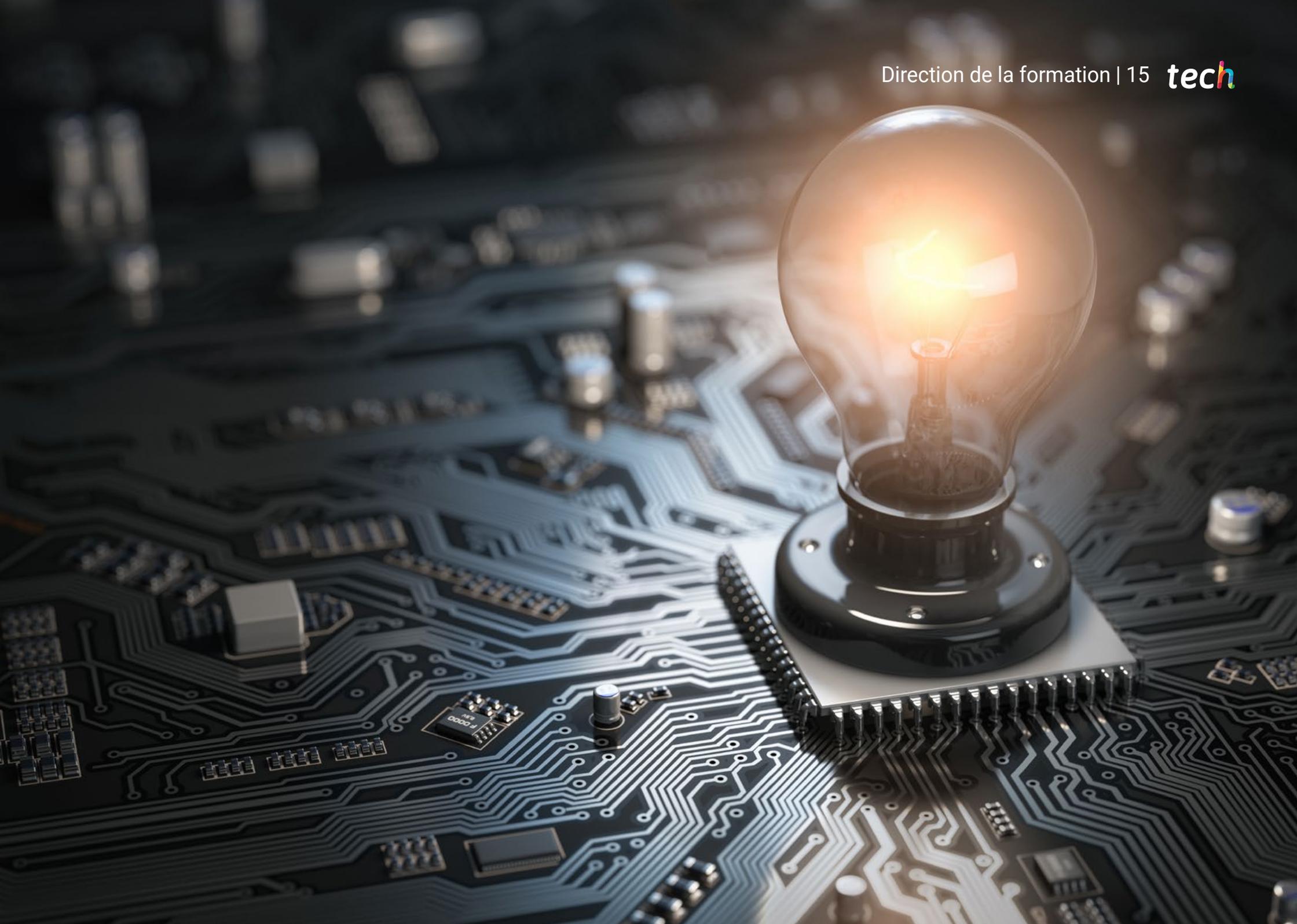
## Professeurs

### Mme Lozano Morote, Maria

- ◆ Poste: Experte en Direction de Projets Éducatifs
- ◆ Avocate, MBA, médiatrice et experte en gestion de projets éducatifs
- ◆ Travaille actuellement en tant que chef de projet éducatif dans une Fondation Éducative espagnole

### Mme Martin Arteaga, Andrea Carolina

- ◆ Poste: Community Manager spécialiste en Recherche du Marché
- ◆ Doctorat Curriculaire en Sciences Pédagogiques Institut Pédagogique d'Amérique Latine et des Caraïbes (IPLAC). "Identité UBEVISTA"
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques. Université de Zulia
- ◆ Diplôme en Éducation Universitaire. Institut Pédagogique d'Amérique Latine et des Caraïbes
- ◆ Accord Cuba-Venezuela (IPLAC)
- ◆ Spécialité en Photographie, École Nationale d'Arts Plastiques Julio Arraga



04

# Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par une équipe de professionnels issus des meilleurs éducatifs et universités, conscients de la pertinence d'une formation innovante et engagés dans un enseignement de qualité grâce aux nouvelles technologies éducatives.



ADVERT

Second quarter  
Apr-Jun

+0.12%

Third quarter  
Jul-Sep

+10.3

+12

# RTISING

“

*Ce Certificat en Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif, contient le programme d' le Scientifique plus complet et le plus récent du marché"*

## Module 1. Planification et gestion économique-financière de projets éducatifs

- 1.1. Analyse de la situation et problèmes éducatifs
  - 1.1.1. Examen diagnostique
  - 1.1.2. Indicateurs éducatifs
  - 1.1.3. Le problème de l'éducation
  - 1.1.4. Problèmes d'infrastructure
  - 1.1.5. Problèmes socio-économiques
  - 1.1.6. Problèmes administratifs et institutionnels
  - 1.1.7. Problèmes environnementaux
  - 1.1.8. Problèmes historiques et - culturels
  - 1.1.9. Analyse des causes à effets
  - 1.1.10. Analyse D.A.F.O.
- 1.2. Introduction au Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif
  - 1.2.1. Préparation et évaluation des projets
  - 1.2.2. La prise de décision associée à un projet
  - 1.2.3. Typologie des projets
  - 1.2.4. Évaluation de Projets
  - 1.2.5. Évaluation social de projets
  - 1.2.6. Les projets de planification du développement
  - 1.2.7. Portée de l'étude du projet
  - 1.2.8. L'étude technique du projet
  - 1.2.9. L'étude de marché
  - 1.2.10. Étude organisationnelle et financière
- 1.3. Structure économique et étude du marché de l'éducation
  - 1.3.1. Structure du marché
  - 1.3.2. Demande de produit éducatif
  - 1.3.3. Établissement des prix
  - 1.3.4. L'offre
  - 1.3.5. Le marché du projet
  - 1.3.6. Objectif et étapes de l'étude de marché
  - 1.3.7. Le consommateur
  - 1.3.8. La stratégie commerciale
  - 1.3.9. Analyse de l'environnement
  - 1.3.10. La demande
- 1.4. Techniques de projection et d'estimation des coûts
  - 1.4.1. La projection
  - 1.4.2. Méthodes de projection
  - 1.4.3. Méthodes qualitatives et causales
  - 1.4.4. Modèle de série chronologique
  - 1.4.5. Informations sur les coûts
  - 1.4.6. Coûts différentiels et prospectifs
  - 1.4.7. Éléments de coût pertinents
  - 1.4.8. Fonctions de coût à court terme
  - 1.4.9. Analyse coût-volume-profit
  - 1.4.10. Frais comptables et frais de TVA (taxe sur la valeur ajoutée)
- 1.5. Antécédents économique de l'étude technique et du dimensionnement
  - 1.5.1. Champ d'application de l'étude et processus de production
  - 1.5.2. Économies d'échelle
  - 1.5.3. Modèle de Lange
  - 1.5.4. Investissements en équipements
  - 1.5.5. Équilibre personnel et choix des alternatives technologiques
  - 1.5.6. Facteurs influençant la détermination du Projet la détermination du prix
  - 1.5.7. L'économie de la taille
  - 1.5.8. L'optimisation de la dimension
  - 1.5.9. Dimension d'un projet avec un marché en croissance
  - 1.5.10. Dimension d'un projet avec une demande constante
- 1.6. Décisions de localisation et effets économiques organisationnels
  - 1.6.1. Étude de localisation et facteurs de localisation
  - 1.6.2. Méthodes d'évaluation des facteurs non quantifiables
  - 1.6.3. Méthode qualitative par points
  - 1.6.4. La méthode de Brown et Gibson
  - 1.6.5. Maximisation de la valeur actuelle nette
  - 1.6.6. L'étude d'organisation du projet
  - 1.6.7. Les effets économiques des variables organisationnelles
  - 1.6.8. Investissement dans l'organisation
  - 1.6.9. Les coûts du fonctionnement administratif
  - 1.6.10. Pertinence des systèmes administratifs dans la préparation et l'évaluation des projets

- 
- 1.7. Le cadre juridique et les investissements du projet
    - 1.7.1. La pertinence du cadre juridique
    - 1.7.2. Considérations économiques de l'étude juridique
    - 1.7.3. Quelques effets économiques de l'étude juridique
    - 1.7.4. Le système juridique de l'organisation sociale
    - 1.7.5. Investissements de pré-démarrage
    - 1.7.6. Investissement dans le fonds de roulement
    - 1.7.7. Méthode comptable
    - 1.7.8. Méthode de la période d'écart
    - 1.7.9. Méthode du déficit cumulé maximum
    - 1.7.10. Investissements pendant l'exploitation
  - 1.8. Avantages du projet et construction des flux de trésorerie
    - 1.8.1. Les types d'avantages
    - 1.8.2. Valeurs des déchets
    - 1.8.3. Politiques de tarification
    - 1.8.4. Analyse de rentabilité pour la fixation des prix
    - 1.8.5. Éléments du flux de trésorerie
    - 1.8.6. Structure d'un flux de trésorerie
    - 1.8.7. Flux de trésorerie des investisseurs
    - 1.8.8. Flux de trésorerie des projets en cours de réalisation
    - 1.8.9. EBITDA
    - 1.8.10. Autres considérations

- 1.9. Critères d'évaluation du projet et taux d'actualisation
  - 1.9.1. L'approche de la valeur actuelle nette (VAN)
  - 1.9.2. Le critère du taux de rendement interne (TRI)
  - 1.9.3. Autres critères de décision
  - 1.9.4. Effets de l'inflation sur l'évaluation des projets
  - 1.9.5. Le coût du capital
  - 1.9.6. Le coût de la dette
  - 1.9.7. Le coût des fonds propres
  - 1.9.8. Modèle d'évaluation des actifs financiers pour déterminer le coût des capitaux propres
  - 1.9.9. Taux d'affaires moyen par rapport au CAPM
  - 1.9.10. Le problème de l'agence
- 1.10. Analyse de risque et de sensibilité
  - 1.10.1. Considérations préliminaires
  - 1.10.2. Modèle unidimensionnel de sensibilisation au VPN
  - 1.10.3. Modèle multidimensionnel de sensibilisation à la VAN, simulation Monte Carlo
  - 1.10.4. Usages et abus de la sensibilité
  - 1.10.5. Préparation du projet et évaluation sociale
  - 1.10.6. Coûts et avantages sociaux
  - 1.10.7. Incidence des effets de débordement ou des externalités
  - 1.10.8. Impact des effets incorporels
  - 1.10.9. Impact du taux d'actualisation social
  - 1.10.10. Évaluation privée et sociale



## Module 2. Marketing et publicité d'un projet éducatif

- 2.1. Introduction au Marketing
  - 2.1.1. Introduction au Marketing
  - 2.1.2. Besoins en Marketing
  - 2.1.3. Évolution du concept de Marketing
  - 2.1.4. Nouvelles tendances en matière de Marketing
  - 2.1.5. Du marketing transaccional au marketing relationnel
  - 2.1.6. La responsabilité sociale des entreprises
  - 2.1.7. Le Marketing
    - 2.1.7.1. Marketing 1.0
    - 2.1.7.2. Le marketing 2.0
    - 2.1.7.3. Le marketing 3.0
    - 2.1.7.4. Le marketing 4.0
  - 2.1.8. Le Marketing holistique
- 2.2. Planification commerciale
  - 2.2.1. La planification stratégique de l'entreprise et la planification du Marketing
  - 2.2.2. Le plan Marketing dans l'entreprise
  - 2.2.3. Phase 1: Analyse de la situation
    - 2.2.3.1. Analyse du marché
    - 2.2.3.2. Micro environnement
    - 2.2.3.3. Macro environnemen
    - 2.2.3.4. Analyse interne
  - 2.2.4. Phase 2: Définition des objectifs
  - 2.2.5. Phase 3: conception de la stratégie
    - 2.2.5.1. Le produit
    - 2.2.5.2. Prix
    - 2.2.5.3. Distribution
    - 2.2.5.4. Communication
  - 2.2.6. Phase 4: Évaluation, organisation, implémentation et suivi de la stratégie
    - 2.2.6.1. Évaluation de la stratégie commerciale
    - 2.2.6.2. Organisation du département marketing et implémentation de la stratégie Marketing
    - 2.2.6.3. Contrôle de la stratégie commerciale (feedback)
- 2.3. Segmentation du marché et des clients
  - 2.3.1. Améliorer l'efficacité des actions de Marketing par une segmentation correcte de la clientèle
  - 2.3.2. Différenciez les pistes de la campagne pour cibler les efforts sur ceux qui achèteront les produits
  - 2.3.3. Sélectionnez les marchés et les publics qui correspondent le mieux aux produits/services et aux caractéristiques de votre entreprise
  - 2.3.4. Identifier les besoins de vos clients et concevoir un Marketing mix efficace pour répondre à ces besoins
  - 2.3.5. Obtenez un avantage concurrentiel important, ainsi que des opportunités de croissance pour votre entreprise
  - 2.3.6. Savoir quelles variables doivent faire partie de mon programme de segmentation
  - 2.3.7. Quels sont les avantages de l'implémentation d'un programme de segmentation
  - 2.3.8. Incorporer la segmentation dans le processus de vente et de marketing de l'entreprise
- 2.4. Positionnement et construction de la marque personnelle
  - 2.4.1. Comment le capital de la marque est-il généré?
  - 2.4.2. Les clés d'une bonne gestion de la marque, en ligne et hors ligne
  - 2.4.3. Les éléments qui composent la marque et les caractéristiques qu'ils doivent remplir
  - 2.4.4. Caractéristiques, avantages et inconvénients des différentes stratégies existantes pour la gestion des marques
  - 2.4.5. Stratégies appropriées pour améliorer le positionnement du produit ou du service au moyen de la marque et de sa communication
- 2.5. Créativité publicitaire et nouvelles formes de communication dans les entreprises
  - 2.5.1. Qu'est-ce que la créativité et quelles sont les meilleures conditions pour la créativité
  - 2.5.2. Que faut-il pour trouver une idée
  - 2.5.3. Comment fonctionne la réflexion du créatif publicitaire
  - 2.5.4. Comment un message publicitaire est-il structuré
  - 2.5.5. Comment générer des *publicity*
  - 2.5.6. comment créer des publicités dans l'environnement numérique
  - 2.5.7. Quelles sont les principales raisons pour lesquelles il est nécessaire d'avoir une marque
  - 2.5.8. Quelles sont les différences entre un logo et une marque

- 2.6. Offre éducative
  - 2.6.1. Le projet éducatif
  - 2.6.2. Idéologie
  - 2.6.3. Services supplémentaires
  - 2.6.4. Utilisation de différents matériaux
  - 2.6.5. Certifications
  - 2.6.6. Différences dans votre offre éducative
  - 2.6.7. Méthodologie
  - 2.6.8. Personnel enseignant
  - 2.6.9. Installations
  - 2.6.10. Services annexes. (Localisation et voies d'accès)
- 2.7. Les réseaux sociaux
  - 2.7.1. Campagne ADS sur Facebook
    - 2.7.1.1. Créer des campagnes convaincantes et à fort impact, en guidant le client tout au long de son parcours d'achat et en utilisant des objectifs de campagne appropriés
    - 2.7.1.2. Exploiter à 20% la plateforme Facebook, en comprenant sa structure et son fonctionnement
    - 2.7.1.3. Créer des publicités dans différents formats Facebook, en comprenant leur structure et leur fonctionnement
    - 2.7.1.4. Préparer une présentation couvrant tous les processus de vente
    - 2.7.1.5. Créer et optimiser votre page Facebook pour obtenir les meilleurs résultats
    - 2.7.1.6. "Espionner" la concurrence et l'utiliser comme référence pour améliorer vos produits et services
    - 2.7.1.7. Contrôler le ROI de votre campagne et ainsi augmenter vos résultats
  - 2.7.2. Campagne ADS sur Twitter
    - 2.7.2.1. Objectif
    - 2.7.2.2. Audience
    - 2.7.2.3. Offres
    - 2.7.2.4. Budget
    - 2.7.2.5. Créativités
    - 2.7.2.6. Analyse de votre campagne
  - 2.7.3. Campagne sur Instagram
    - 2.7.3.1. Contenus
    - 2.7.3.2. Optimisez votre profil
    - 2.7.3.3. Utilisation des *hashtags*
    - 2.7.3.4. Encourager la participation
    - 2.7.3.5. Montrer les expériences des clients
    - 2.7.3.6. Instagram pour les événements
  - 2.7.4. Campagnes d' email Marketing
  - 2.7.5. Campagnes sur WhatsApp
  - 2.7.6. Les Apps
  - 2.7.7. Blog
- 2.8. Création et Gestion de la Stratégie Marketing pour les Entreprises de Services
  - 2.8.1. Qu'est-ce que le Marketing des services et quels sont les stratégies, les méthodologies et les outils?
  - 2.8.2. Aspects distinctifs du Marketing des services
  - 2.8.3. Plan de Marketing des Services
  - 2.8.4. Un positionnement réussi dans le marketing des services
  - 2.8.5. Analyser le comportement des clients dans les entreprises de services



- 2.9. Stratégies du marketing
  - 2.9.1. Introduction
  - 2.9.2. Décisions relatives aux produits
    - 2.9.2.1. Dimensions du produit
    - 2.9.2.2. Décisions relatives au portefeuille de produits
    - 2.9.2.3. Création de nouveaux produits
    - 2.9.2.4. Le cycle de vie du produit
  - 2.9.3. Décisions en matière de prix
    - 2.9.3.1. Politiques et stratégies de fixation des prix
    - 2.9.3.2. Facteurs déterminants de la politique de prix
    - 2.9.3.3. Stratégies de fixation des prix
  - 2.9.4. Décisions de distribution
    - 2.9.4.1. Décisions relatives à la gestion de la distribution
  - 2.9.5. Décisions sur la communication
    - 2.9.5.1. Vente personnelle
    - 2.9.5.2. La promotion des ventes
    - 2.9.5.3. Les relations publiques
    - 2.9.5.4. La publicité
    - 2.9.5.5. Autres outils de communication
- 2.10. Marketing *metrics*: analyse de la rentabilité des campagnes
  - 2.10.1. Utilité des différentes métriques en fonction du type d'entreprise, de sa stratégie et de ses objectifs
  - 2.10.2. Principaux indicateurs utilisés pour mesurer la performance des activités de vente et de Marketing d'une entreprise
  - 2.10.3. L'importance de l'évaluation des actions de Marketing menées dans l'entreprise, aux fins de leur gestion et de leur amélioration
  - 2.10.4. Éviter l'utilisation inappropriée des mesures
  - 2.10.5. Utiliser les métriques en marketing pour évaluer la rentabilité, l'efficacité et l'efficacité des programmes

# 05

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***el Relearning***.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.





“

*Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"*

## À TECH, School nous utilisons la Méthode des cas

Dans une situation donnée, que feriez-vous? Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas simulés, basés sur des situations réelles, dans lesquels ils devront enquêter, établir des hypothèses et, enfin, résoudre la situation. Il existe de nombreuses preuves scientifiques de l'efficacité de cette méthode.

*Avec TECH, le professeur, l'enseignant ou le conférencier fait l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui ébranle les fondements des universités traditionnelles du monde entier.*



*C'est une technique qui développe l'esprit critique et prépare l'éducateur à prendre des décisions, à défendre des arguments et à confronter des opinions.*

“

*Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912, à Harvard, pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard”*

#### L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre réalisations clés:

1. Les professeurs qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale, grâce à des exercices d'évaluation de situations réelles et à l'application des connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques qui permettent à l'éducateur de mieux intégrer ses connaissances dans sa pratique quotidienne.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de l'enseignement réel.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.



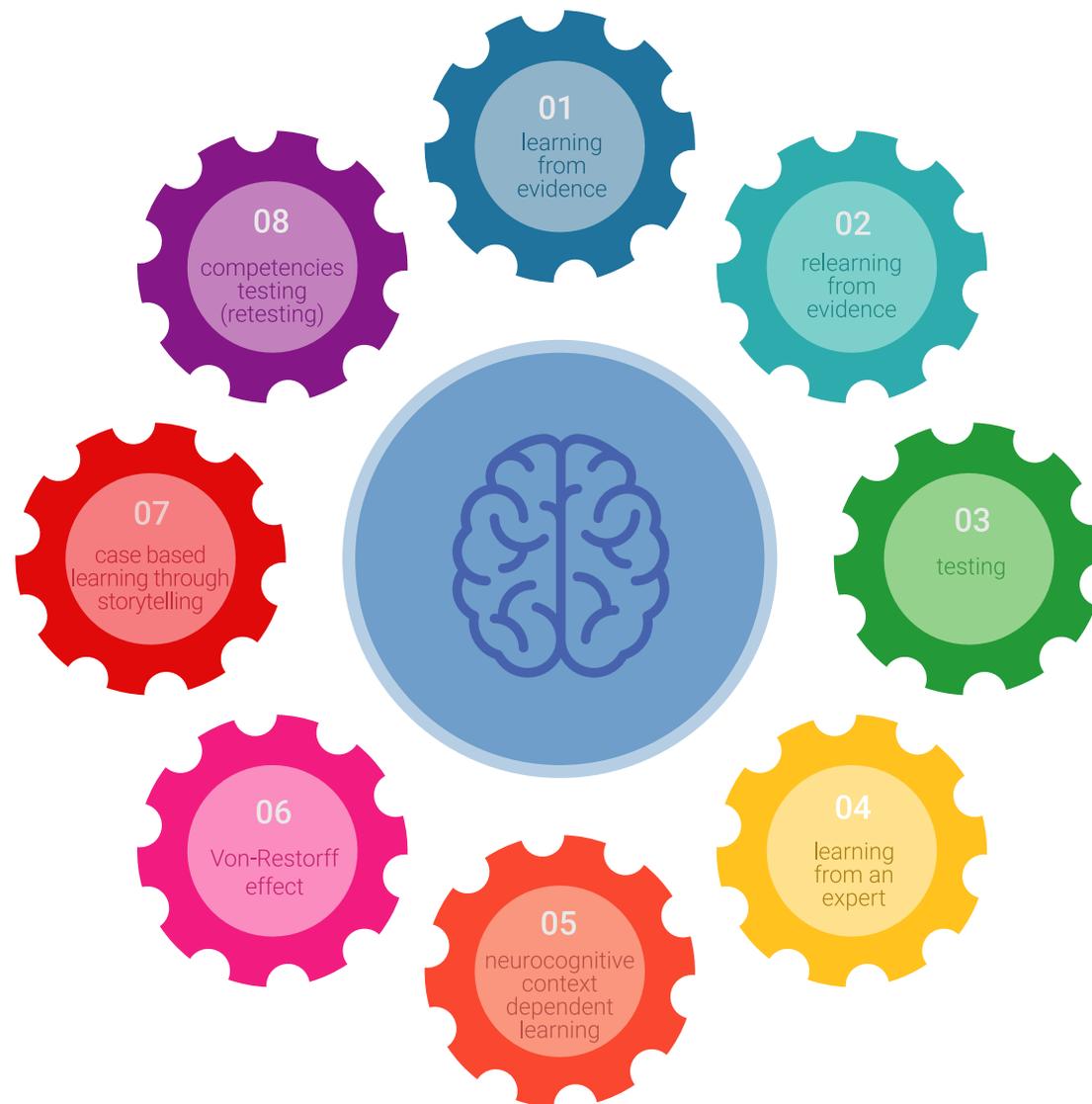
## Relearning Methodology

TECH renforce l'utilisation de la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: Relearning.

Cette université est la première au monde à combiner des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque leçon, ce qui constitue une véritable révolution par rapport à la simple étude et analyse de cas.

*L'éducateur apprendra à travers des cas réels et la résolution de situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés.*

*Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe pour faciliter l'apprentissage immersif.*



Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Grâce à cette méthodologie, nous avons formé plus de 85.000 éducateurs avec un succès sans précédent et ce dans toutes les spécialisations. Notre méthodologie d'enseignement est développée 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 plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.*

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation 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 online. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



#### Techniques et procédures éducateurs en vidéo

TECH met les techniques les plus innovantes, avec les dernières avancées pédagogiques, au premier plan de l'actualité de l'Éducation. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



#### Résumés interactifs

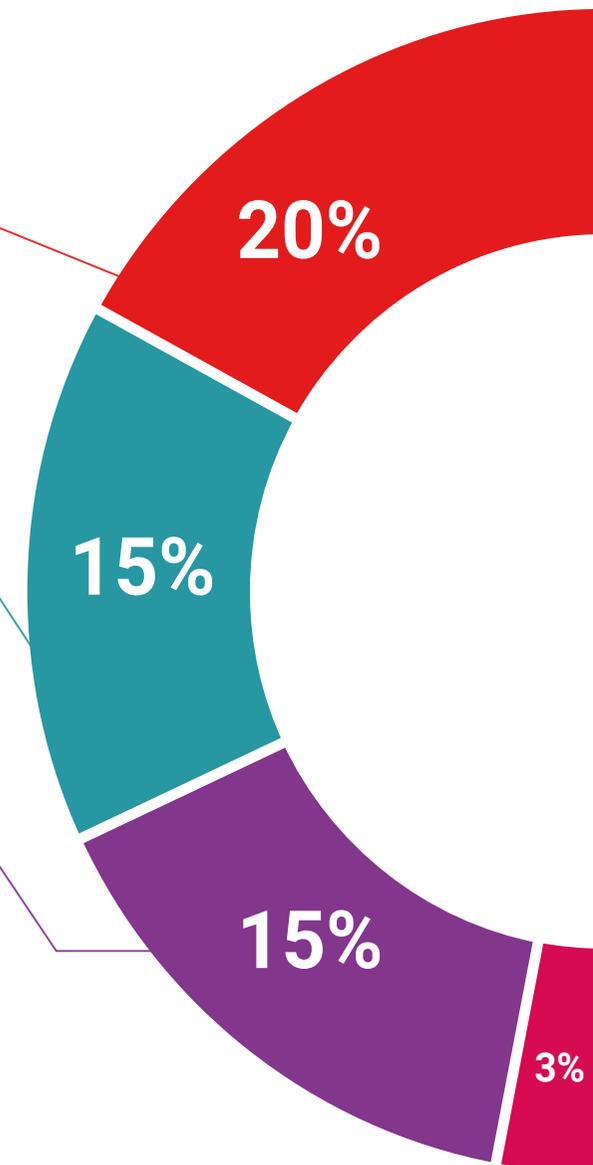
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

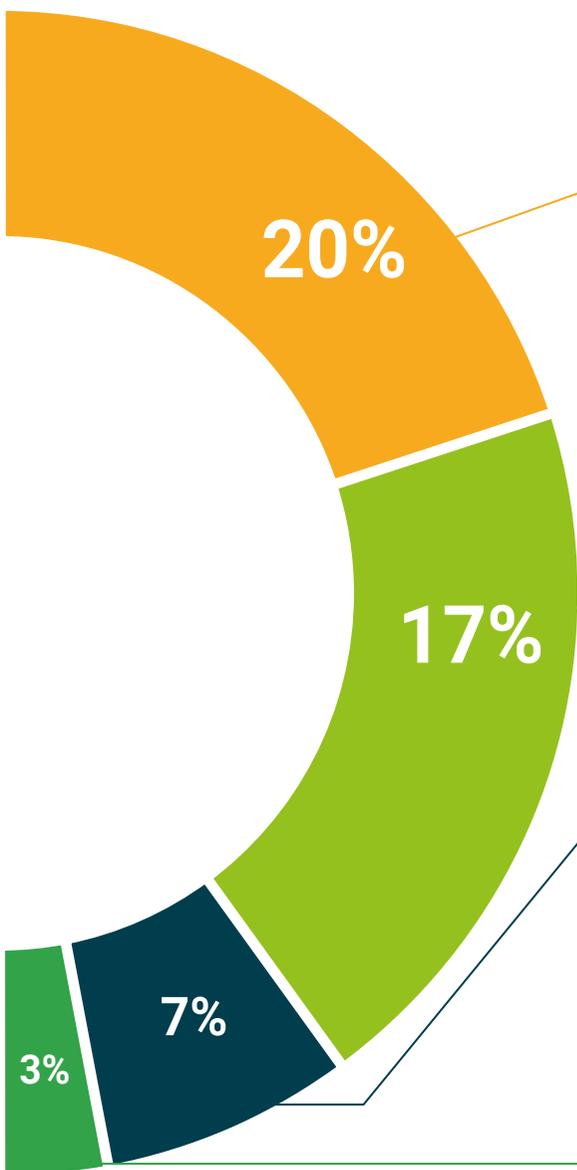
Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



#### Bibliographie complémentaire

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.





**Analyses de cas menées et développées par des experts**

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente le développement de cas réels dans lesquels l'expert guidera l'étudiant à travers le développement de la prise en charge et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



**Testing & Retesting**

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



**Cours magistraux**

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



**Guides d'action rapide**

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



06

# Diplôme

Le Certificat en Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès et recevez votre Certificat sans avoir à vous soucier des contraintes de déplacements ou des formalités administratives”*

Ce **Certificat en Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif** 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** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Certificat en Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif**

N.º d'heures officielles: **300 h.**



\*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



## Certificat

### Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif

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

# Certificat

## Marketing et Publicité d'un Projet Éducatif

