

Certificat Avancé

Recherche et Marchés





Certificat Avancé Recherche et Marchés

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ingenierie/diplome-universite/diplome-universite-recherche-marches

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 18

05

Diplôme

page 26

01

Présentation

Dans le domaine des études de marché, les Statistiques Appliquées sont un guide indispensable pour la prise de décision et l'établissement de lignes directrices pour l'action en accord avec les tendances sociales, économiques ou politiques à étudier. Cependant, cette discipline nécessite une connaissance large et spécialisée des sources et techniques de collecte d'informations les plus utiles et les plus efficaces, que l'ingénieur pourra travailler au cours de ce programme. Grâce aux 450 h d'expérience académique pluridisciplinaire, vous effectuerez un parcours exhaustif des bases de la recherche commerciale et de l'analyse de marché, en mettant l'accent sur les procédures et les applications de ce domaine dans le contexte actuel. Pendant 6 mois, vous perfectionnerez sans aucun doute l'utilisation des meilleures techniques de segmentation et de traitement des enquêtes par le biais d'une qualification 100% en ligne.



“

Un programme 100% en ligne qui fera de vous une référence significative dans le domaine des études de marché grâce aux Statistiques Appliquées"

Les statistiques sont sans aucun doute l'un des outils les plus importants de l'étude de marché. Grâce aux techniques de collecte, l'analyse et la gestion de l'information de cette discipline, il est possible d'interpréter les données relatives aux tendances ou aux comportements actuels ou futurs. Ainsi, les professionnels de ce domaine peuvent proposer des lignes d'action efficaces et efficientes pour les actions de Marketing, les campagnes politiques, la publicité, etc. avec l'utilisation de variables de probabilité, la prise de décision est plus sûre, renforçant ainsi les possibilités d'atteindre les objectifs fixés par toute entreprise ou entité.

TECH et son équipe de professionnels dans le domaine des Statistiques Appliquées ont développé ce programme, qui constitue une expérience académique complète, 100% en ligne et qui permet aux étudiants de s'immerger dans ce domaine à travers 450 h de formation pluridisciplinaire. Ce diplôme permet d'étudier les sources et les techniques de collecte d'informations sociales et commerciales, ainsi que les stratégies de recherche commerciale et analytique, ses procédures et son large éventail d'applications. Par ailleurs, l'étudiant apprendra en détail les dernières techniques de segmentation et de traitement des enquêtes à travers un tour d'horizon exhaustif des principales méthodes d'étude et d'analyse.

Ce programme est donc une opportunité unique d'acquérir des connaissances vastes et spécialisées grâce à une expérience académique flexible, complète et dynamique. En plus du programme, vous disposerez d'une multitude de matériel supplémentaire présenté sous différents formats: vidéos détaillées, articles de recherche, lectures complémentaires, résumés dynamiques, cas d'utilisation pour perfectionner vos compétences et bien d'autres choses encore ! En conclusion: tout ce que vous acquérez à partir de ce Certificat Avancé est un traitement professionnel de haut niveau de l'étude de marché dans le contexte actuel.

Ce **Certificat Avancé en Recherche et Marchés** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Statistiques Appliquées
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels il est conçu, fournissent des informations pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Les méthodologies innovantes
- ◆ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une simple connexion à internet



En seulement 450 heures d'expérience académique pluridisciplinaire, vous maîtriserez les principales sources et techniques de collecte d'informations sociales et commerciales"

“

Vous souhaitez mettre en œuvre les principes les plus novateurs en matière d'études de marché dans votre pratique? rdez plus et inscrivez-vous à ce diplôme qui vous offrira tout ce dont vous avez besoin pour y parvenir"

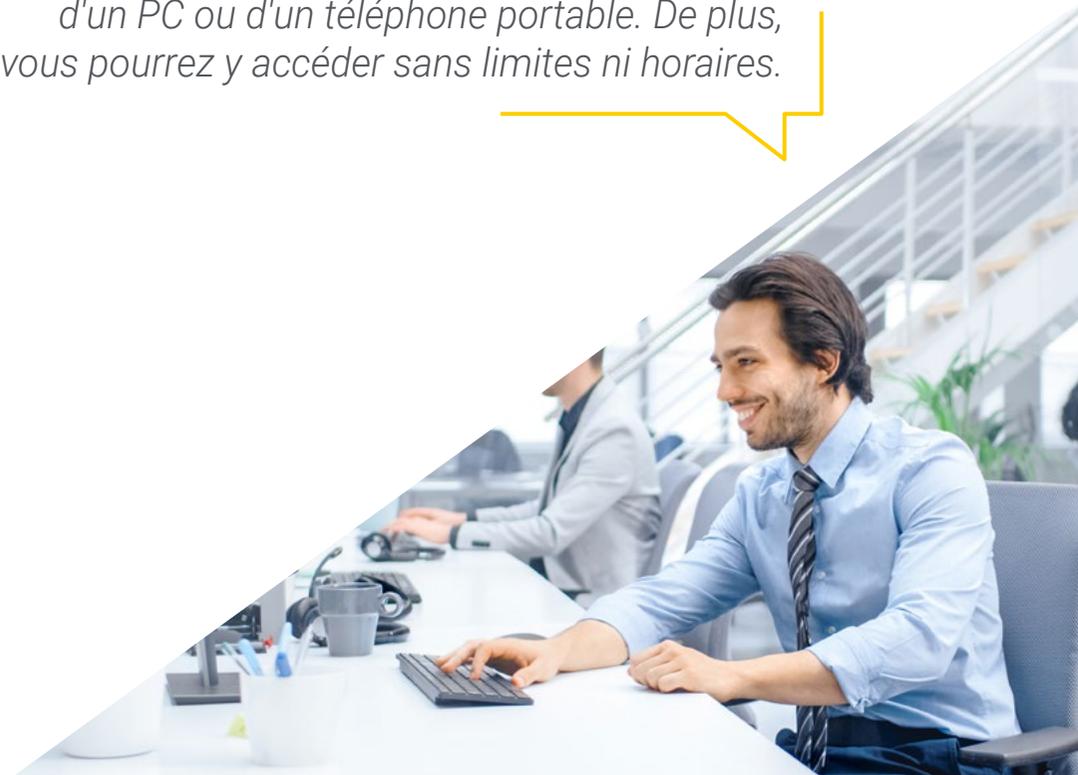
Le corps enseignant du programme comprend des une équipe de professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses

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 basée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long de la formation. Pour ce faire, il sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

Vous recherchez un diplôme qui vous permette d'approfondir les stratégies de recherche, la mesure des sources d'information et l'évaluation: Alors ce programme est fait pour vous.

Vous aurez accès à un Campus Virtuel compatible avec les dispositifs dotés d'une connexion internet, qu'il s'agisse d'une tablette, d'un PC ou d'un téléphone portable. De plus, vous pourrez y accéder sans limites ni horaires.



02 Objectifs

Le développement de ce Certificat Avancé en Recherche et Marchés a été réalisé afin de mettre à la disposition de tous les professionnels de ce domaine l'information la plus complète et la plus innovante, leur permettant de se spécialiser de manière garantie et en seulement 6 mois de formation 100 % en ligne. C'est pourquoi TECH fournira aux étudiants de ce programme le matériel théorique, pratique et complémentaire qui les aidera à atteindre leurs propres objectifs de manière garantie, grâce à une expérience académique flexible et dynamique, adaptée à la demande sur le marché professionnel actuel.



“

Plus vos objectifs sont ambitieux, plus vous pourrez tirer profit de ce Certificat Avancé grâce à tout le matériel théorique, pratique et complémentaire, qui sont mis à votre disposition”



Objectifs généraux

- ◆ Développer une connaissance large et spécialisée de l'utilisation des principales sources et techniques de collecte d'informations sociales et de marché dans l'environnement statistique actuel
- ◆ Fournir au professionnel intéressé par ce domaine tout le matériel nécessaire pour acquérir les compétences d'un véritable expert en Recherches et marchés
- ◆ Approfondir les procédures et les applications des études de marché dans le contexte actuel, principalement dans les domaines commercial, économique et politique

“

Ce programme se distingue notamment par le module consacré exclusivement à l'élaboration de propositions d'études de marché au travers d'une analyse exhaustive des étapes à suivre"





Objectifs spécifiques

Module 1. Sources et techniques de collecte d'informations sociales et de marché

- ◆ Sensibiliser les participants à l'importance de la recherche commerciale dans la prise de décision tactique et stratégique au sein des entreprises et des organisations en général
- ◆ Stimuler la pensée critique et l'autoréflexion sur le contenu du programme
- ◆ Comprendre et évaluer de manière critique les enquêtes en tant que technique de recherche sociale, et développer les compétences nécessaires pour concevoir, mettre en œuvre et analyser des enquêtes
- ◆ Réaliser une sélection judicieuse des informations

Module 2. Études de marché et analyses de marché: procédures et applications

- ◆ Approfondir les fondements de l'étude de marché et le concept de marketing
- ◆ Connaître en détail les différents types d'études de marché

Module 3. Techniques de segmentation et traitement des enquêtes

- ◆ Acquérir les moyens et les compétences nécessaires à l'obtention, au traitement et à l'interprétation des données dans les différents domaines scientifiques, notamment ceux où l'information est collectée par le biais d'enquêtes
- ◆ Apprendre à analyser des données qualitatives issues d'enquêtes, univariées, bivariées et multivariées

03

Structure et contenu

Le succès de cette université réside dans la qualité de ses diplômés qui, bien que présentés dans un format en ligne pratique et garantissant une charge de cours réduite, possèdent un niveau de formation très élevé, dépassant celui de n'importe quel programme en présentiel. Cela est possible grâce à l'utilisation des outils académiques les meilleurs et les plus avancés, à la méthodologie pédagogique la plus avant-gardiste et à la collaboration des meilleurs experts dans ce domaine. Tout cela permet à TECH d'élaborer des programmes hautement efficaces pour le développement professionnel de tout diplômé, à travers une expérience éducative adaptée à ses besoins.





“

Vous travaillerez avec le contenu le plus innovant et le plus complet sur les techniques de segmentation et de traitement des enquêtes, ainsi que les algorithmes les plus efficaces pour l'analyse et la gestion des données”

Module 1. Sources et techniques de collecte d'informations sociales et de marché

- 1.1. Concept d'étude sociale et d'étude de marché
 - 1.1.1. Définition
 - 1.1.2. Qualités
 - 1.1.3. Rôle des études sociales et de marché
- 1.2. Études sociales et de marché
 - 1.2.1. Objectifs
 - 1.2.2. Portée
 - 1.2.3. Planification
 - 1.2.4. Conception
- 1.3. Sources d'information
 - 1.3.1. Concept
 - 1.3.2. Types de sources d'information
 - 1.3.3. Sources secondaires
 - 1.3.4. Sources primaires
- 1.4. Stratégies de recherche, mesure des sources d'information et évaluation
 - 1.4.1. Types de stratégies
 - 1.4.2. Sélection des informations
 - 1.4.3. Évaluation des informations
- 1.5. Méthodes et techniques de collecte de données
 - 1.5.1. Processus méthodologiques
 - 1.5.1.1. Approche initiale
 - 1.5.1.2. Planification de la recherche
 - 1.5.1.3. Collecte des données
 - 1.5.1.4. Analyse des résultats
 - 1.5.1.5. Élaboration du rapport
 - 1.5.2. Techniques projectives
 - 1.5.3. Observation
 - 1.5.4. Pseudo-achat ou *Mystery Shopper*
- 1.6. L'impact des nouvelles techniques de collecte de données et leurs supports spécifiques
 - 1.6.1. L'enquête
 - 1.6.2. Tableau de bord
 - 1.6.3. Observation
 - 1.6.4. Questionnaire et protocoles de collecte
- 1.7. Méthodes qualitatives d'obtention d'informations
 - 1.7.1. Caractéristiques de l'enquête
 - 1.7.2. Types d'enquêtes
 - 1.7.3. Conception du questionnaire
 - 1.7.4. Structure et séquence du questionnaire
- 1.8. Travail sur le terrain
 - 1.8.1. Planification du travail sur le terrain
 - 1.8.2. Processus séquentiel de collecte des données
 - 1.8.3. Méthodologies
 - 1.8.3.1. Quantitatives
 - 1.8.3.2. Non quantitatives
 - 1.8.4. Évaluation du travail sur le terrain
- 1.9. L'échantillonnage dans les études sociales et de marché
 - 1.9.1. Le processus d'échantillonnage dans les études
 - 1.9.2. Méthodes d'échantillonnage
 - 1.9.3. Déterminer la taille de l'échantillon
 - 1.9.4. Erreur d'échantillonnage
- 1.10. Systèmes de l'information Marketing
 - 1.10.1. Concept
 - 1.10.2. Analyse des opportunités et des menaces
 - 1.10.3. Objectifs
 - 1.10.4. Stratégies de marketing
 - 1.10.5. Actions, résultats et contrôle

Module 2. Études de marché et analyses de marché: procédures et applications

- 2.1. Principes fondamentaux des études de marché
 - 2.1.1. Concept de marketing et de recherche en marketing
 - 2.1.2. Utilité de la recherche sur les marchés
 - 2.1.3. Principes à l'éthique des études de marché
- 2.2. Applications de la recherche sur les marchés
 - 2.2.1. La valeur de la recherche pour les dirigeants
 - 2.2.2. Facteurs influençant la décision de réaliser une étude de marché
 - 2.2.3. Principaux objectifs des études de marché
- 2.3. Types d'études de marché
 - 2.3.1. L'étude exploratoire
 - 2.3.2. L'étude descriptive
 - 2.3.3. Recherches causales
- 2.4. Types d'informations
 - 2.4.1. Élaboration: primaire et secondaire
 - 2.4.2. Caractère qualitatif
 - 2.4.3. Caractère quantitatif
- 2.5. Organisation de l'étude de marché
 - 2.5.1. Le service interne d'études de marché
 - 2.5.2. L'externalisation des études
 - 2.5.3. Facteurs de décision: Interne vs. Externe
- 2.6. Gestion de projets de recherche
 - 2.6.1. L'étude de marché en tant que procédure
 - 2.6.2. Étapes de planification de l'étude de marché
 - 2.6.3. Les étapes d'exécution de l'étude de marché
 - 2.6.4. Gestion d'un projet de recherche

- 2.7. Études documentaires
 - 2.7.1. Objectifs des études documentaires
 - 2.7.2. Sources d'informations secondaires
 - 2.7.3. Résultats des études documentaires
- 2.8. Travail sur le terrain
 - 2.8.1. Collecte d'informations primaires
 - 2.8.2. Organisation de la collecte d'informations
 - 2.8.3. Contrôle des enquêteurs
- 2.9. Étude de marché en ligne
 - 2.9.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne
 - 2.9.2. Outils d'étude qualitative dynamique de la clientèle
- 2.10. La proposition d'étude de marché
 - 2.10.1. Objectifs et méthodologie
 - 2.10.2. Délai de mise en œuvre
 - 2.10.3. Budget

Module 3. Techniques de segmentation et traitement des enquêtes

- 3.1. Enquête par sondage
 - 3.1.1. Objectif d'une enquête par sondage Méthodes de collecte de données les plus courantes Sources d'erreur dans les enquêtes
 - 3.1.2. Sélection de l'échantillon: échantillonnage et taille Sources secondaires
 - 3.1.3. Enquêtes officielles: Office Statistique
 - 3.1.4. Certaines enquêtes officielles: enquête européenne sur la santé
- 3.2. Validité et fiabilité des questionnaires
 - 3.2.1. Validité factorielle
 - 3.2.2. Cohérence interne: Alpha de Cronbach

- 3.3. Analyse statistique des données des tableaux de contingence bidimensionnels
 - 3.3.1. Analyses possibles sur un tableau de contingence bidimensionnel
 - 3.3.2. La logique de l'analyse logarithmique-linéaire: décomposition d'un tableau de contingence bidimensionnel Éléments de base de l'analyse log-linéaire Effets et paramètres
 - 3.3.3. Calcul et interprétation des paramètres
 - 3.3.4. Modèles log-linéaires pour un tableau à double entrée
 - 3.3.5. Modèles hiérarchiques Relation entre les hypothèses d'indépendance et les modèles log-linéaires hiérarchiques Tests de signification des paramètres
 - 3.3.6. Contrastes pour la signification des effets Contrastes pour la qualité de l'ajustement d'un modèle
- 3.4. Étude d'un tableau de contingence au moyen de l'analyse des correspondances
 - 3.4.1. Profils et distance du chi-deux
 - 3.4.2. Absorption de l'inertie
 - 3.4.3. Qualité de la représentation
 - 3.4.4. Contribution de l'élément au facteur
 - 3.4.5. Contribution du facteur à l'élément Principe d'équivalence de répartition
- 3.5. Analyse de la segmentation: algorithme CHAID
 - 3.5.1. Méthodes de détection automatique des interactions
 - 3.5.2. Algorithme CHAID: étapes du processus, types de prédicteurs, méthodes d'arrêt de l'algorithme
 - 3.5.3. Comportement de CHAID en présence du paradoxe de Simpson
- 3.6. Analyse statistique des données des tableaux de contingence tridimensionnels
 - 3.6.1. Concepts d'association et d'interaction Paradoxe de Simpson
 - 3.6.2. Composantes influençant l'ampleur des fréquences d'un tableau à trois facteurs
 - 3.6.2.1. Indépendance totale
 - 3.6.2.2. Indépendance multiple et indépendance conditionnelle
 - 3.6.2.3. Modèle saturé pour un tableau à trois entrées



- 3.6.3. Modèles log-linéaires hiérarchiques pour un tableau à trois entrées
 - 3.6.3.1. Degrés de liberté des modèles
 - 3.6.3.2. Relation entre les hypothèses d'indépendance et les modèles log-linéaires hiérarchiques
- 3.6.4. Évaluation des modèles Test de signification pour la qualité de l'ajustement d'un modèle Test de signification pour les effets
- 3.7. Modèles de choix discret et de préférence multidimensionnelle
 - 3.7.1. Modèles de choix discrets
 - 3.7.2. Préférences multidimensionnelles
- 3.8. Arbres de classification et de régression et forêts aléatoires
 - 3.8.1. Arbres de classification et de régression
 - 3.8.2. Forêts aléatoires
- 3.9. Mise à l'échelle multidimensionnelle
 - 3.9.1. Introduction
 - 3.9.2. Distance et similitude
 - 3.9.3. Solution classique
 - 3.9.4. Similitudes
- 3.10. Analyse du panier de la ménagère
 - 3.10.1. Analyse du panier de la ménagère
 - 3.10.2. Exemples d'applications

“ *C'est une opportunité idéale pour atteindre le plus haut niveau dans le domaine des études de marché grâce à un programme de formation flexible, complet et dynamique, et surtout adapté à vos besoins* ”

04

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 Relearning, un système qui renonce à 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 exigent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte 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”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, 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 professionnelle la plus actuelle.

“

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

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. 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 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

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

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez 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 université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. 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). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné 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 formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des 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 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.



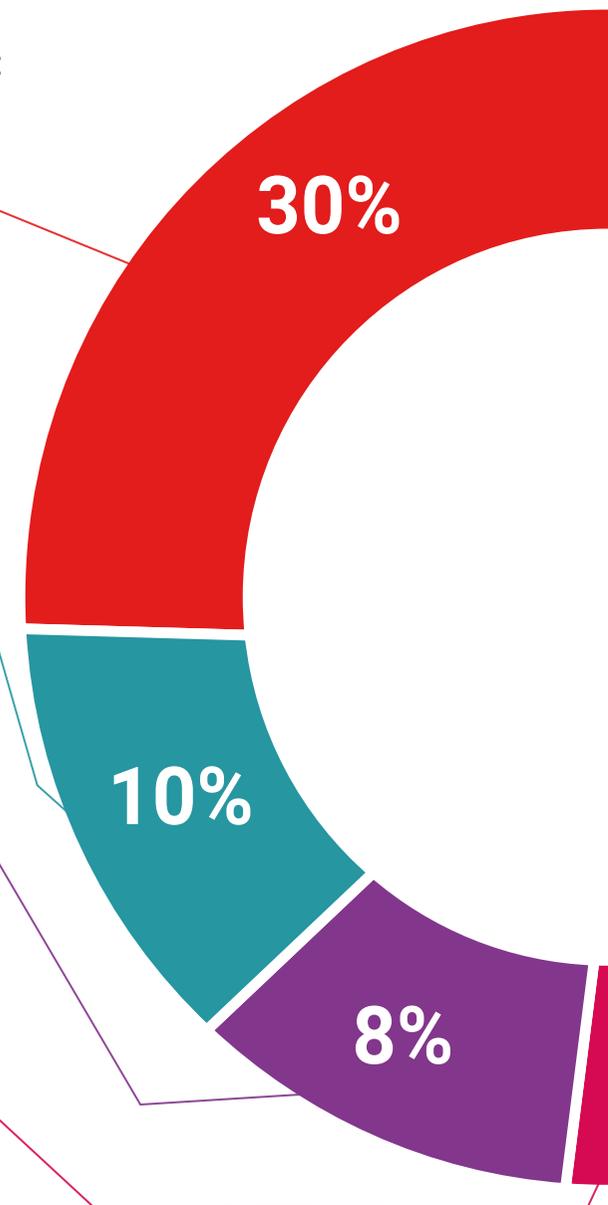
Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 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 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.



05 Diplôme

Le Certificat Avancé en Recherche et Marchés vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Complétez ce programme et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives inutiles”

Ce **Certificat Avancé en Recherche et Marchés** Corporative contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

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

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

Diplôme: **Certificat Avancé en Recherche et Marchés**

N.º d'heures officielles: **450 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.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

apprentissage institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé Recherche et Marchés

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

Certificat Avancé

Recherche et Marchés

