

Certificat

Théorie de la Publicité





**tech** université  
technologique

## Certificat

### Théorie de la Publicité

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

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/cours/theorie-publicite](http://www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/cours/theorie-publicite)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Structure et contenu

---

*page 12*

04

Méthodologie

---

*page 16*

05

Diplôme

---

*page 24*

01

# Présentation

Le programme en Théorie de la Publicité offre aux journalistes une vue d'ensemble du système publicitaire: ses protagonistes, le processus de création, la planification et ses effets sociaux potentiels. Cette formation est destinée à spécialiser les professionnels du Journalisme dans ce domaine et à promouvoir la maîtrise, les techniques et les dernières tendances.



Coca-Cola

COOL

“

*Devenez un excellent journaliste et apprenez à raconter des histoires qui rapprochent les consommateurs de vos produits ou services”*

Les études de journalisme sont l'une des plus demandées dans toutes les universités, car cette profession a une grande influence sur la population et a acquis une grande notoriété depuis ses débuts. Le Journalisme couvre différentes branches: sociale, culturelle, économique, sportive, internationale, événements, conflits, etc. Il est donc nécessaire que les professionnels de ce secteur se spécialisent afin de pouvoir raconter des histoires de la manière la plus appropriée dans chaque cas.

En outre, la transmission d'informations peut se faire par le biais de différents médias. Plus précisément, ce programme vise à former les étudiants à la Théorie de la Publicité. Pour ce faire, il est nécessaire d'acquérir une série de compétences qui leur permettent de mettre en pratique tout ce qu'ils ont appris.

Le programme aborde les fondements et l'histoire de la Publicité, ses protagonistes (annonceurs, agences et destinataires), le processus de création publicitaire et les médias par lesquels elle peut être réalisée. Le tout est complété par une série de success stories qui faciliteront la compréhension.

Ce programme est le plus complet et s'adresse aux professionnels du Journalisme et de la Communication pour atteindre un niveau de performance plus élevé, basé sur les fondamentaux et les dernières tendances de la Publicité. Profitez de cette opportunité et devenez un professionnel avec des bases solides grâce à ce programme académique et aux dernières technologies éducatives 100% en ligne.

Ce **Certificat en Théorie de la Publicité** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Théorie de la Publicité
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être utilisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ L'accent est mis sur les méthodologies innovantes dans l'enseignement de la Théorie de la Publicité
- ♦ Le système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision sur les situations présentées.
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



*Ce programme vous permettra d'améliorer vos compétences et de devenir un journaliste accompli*

“

*Ce Certificat est parfait pour vous permettre de savoir comment raconter l'histoire que vous voulez raconter et de le faire de manière professionnelle”*

Son corps enseignant comprend des professionnels du monde du Journalisme, qui apportent leur expérience professionnelle à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises 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 axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, le professionnel sera assisté par un système vidéo interactif innovant créé par des experts renommés dans le domaine de la Théorie de la Publicité et disposant d'une grande expérience.

*Ne manquez pas l'occasion d'accroître vos compétences en Théorie de la Publicité.*

*Apprenez à connaître les dernières tendances en Théorie de la Publicité et soyez le meilleur dans ce secteur.*



# 02 Objectifs

Ce Certificat s'adresse aux professionnels du Journalisme, afin qu'ils puissent acquérir les outils nécessaires pour évoluer dans ce domaine spécifique, en découvrant les dernières tendances et en approfondissant les questions qui font l'actualité de ce secteur.





“

*Le Certificat en Théorie de la Publicité  
vous permettra de vous plonger dans  
ce vaste secteur de la communication”*

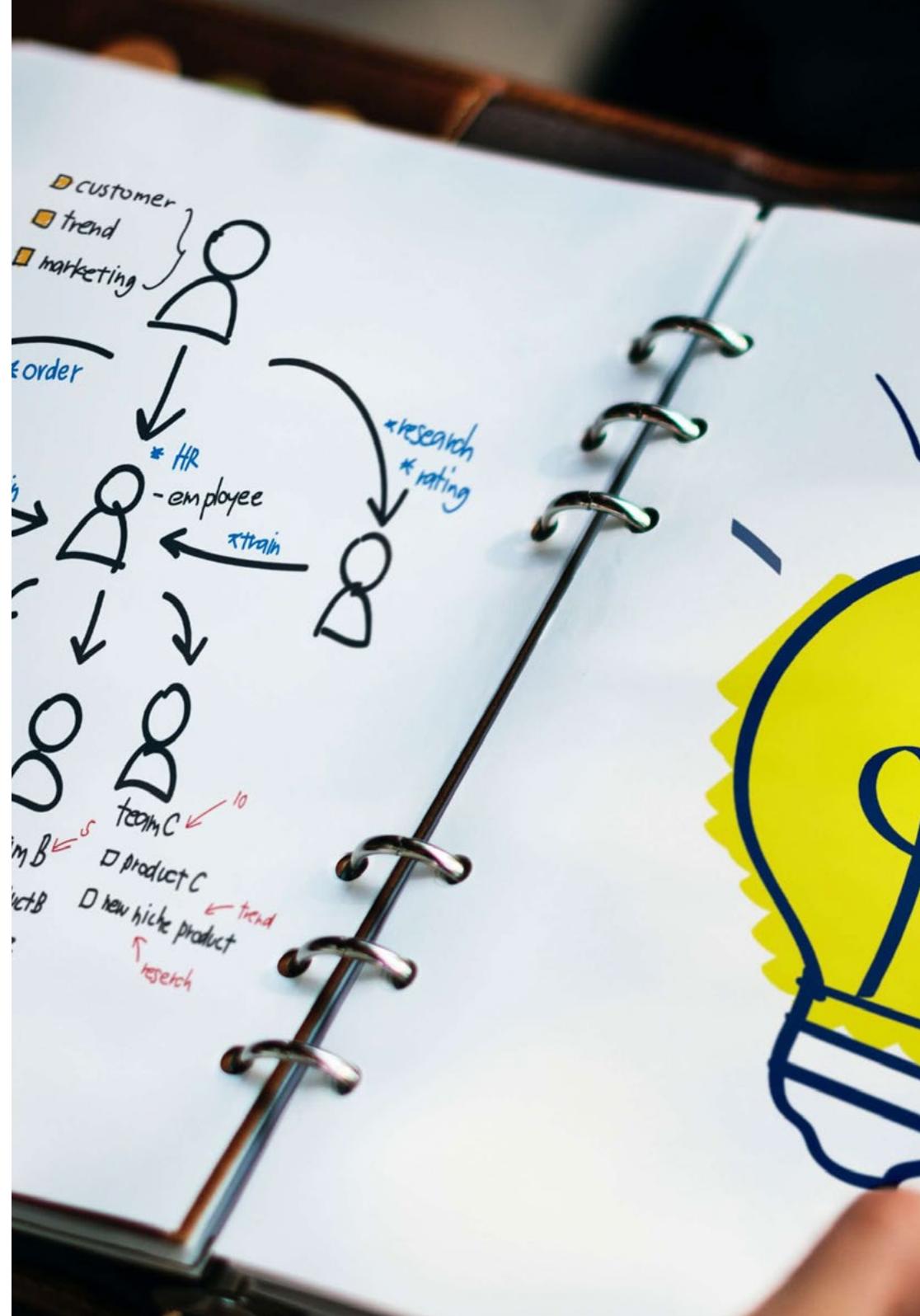


## Objectif général

- Comprendre les Théories de la Publicité, du Marketing, des relations publiques et de la communication d'entreprise

“

Inscrivez-vous au meilleur  
Certificat en Théorie de la Publicité  
sur la scène universitaire actuelle”





## Objectifs spécifiques

---

- ♦ Connaître l'origine, l'évolution et l'impact économique et social de la Publicité
- ♦ Savoir décrire la structure des agences de Publicité
- ♦ Comprendre les notions de base de la Publicité et du Marketing
- ♦ Délimiter chacune des fonctions de gestion de l'entreprise d'information, en mettant en évidence leurs principales applications

03

# Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par une équipe de professionnels du Journalisme, conscients de la pertinence de l'actualité de la formation pour pouvoir approfondir dans le domaine des connaissances, afin de réaliser un travail professionnel de qualité en utilisant les nouveaux outils disponibles.



“

*Ce Certificat en Théorie de la Publicité contient le programme d'apprentissage le plus complet et le plus actuel du marché”*

## Module 1. Théorie de la Publicité

- 1.1. Principes fondamentaux de la Publicité
  - 1.1.1. Introduction
  - 1.1.2. Notions de base de la Publicité et du Marketing
    - 1.1.2.1. Le Marketing
    - 1.1.2.2. La Publicité
  - 1.1.4. Publicité, relations publiques et publicité
  - 1.1.5. Dimensions et portée sociale de la Publicité Contemporaine
  - 1.1.6. Une Publicité réussie: KFC
- 1.2. Histoire de la Publicité
  - 1.2.1. Introduction
  - 1.2.2. Origine
  - 1.2.3. La Révolution Industrielle et la Publicité
  - 1.2.4. Le développement de l'industrie de la publicité
  - 1.2.5. La Publicité dans le monde d'Internet
  - 1.2.6. Une publicité réussie: l'étude de cas Coca-Cola
- 1.3. La Publicité et ses acteurs I: l'annonceur
  - 1.3.1. Introduction
  - 1.3.2. Comment fonctionne l'industrie de la publicité
  - 1.3.3. Types d'annonceurs
  - 1.3.4. Publicité dans l'organigramme de l'entreprise
  - 1.3.5. Une publicité réussie: étude de cas Facebook
- 1.4. La publicité et ses acteurs II: les agences de publicité
  - 1.4.1. Introduction
  - 1.4.2. L'agence de publicité: des professionnels de la communication publicitaire
  - 1.4.3. La structure organisationnelle des agences de Publicité
  - 1.4.4. Types d'agences de Publicité
  - 1.4.5. Gestion des honoraires dans les agences de Publicité
  - 1.4.6. Une publicité réussie: Nike
- 1.5. La Publicité et ses protagonistes III: le récepteur de la publicité
  - 1.5.1. Introduction
  - 1.5.2. Le récepteur de publicité et son contexte
  - 1.5.3. Le destinataire de la publicité en tant que consommateur
  - 1.5.4. Besoins et désirs dans la Publicité
  - 1.5.5. Publicité et mémoire: sur l'efficacité de la publicité
  - 1.5.6. Une publicité réussie: l'étude de cas Ikea
- 1.6. Le processus de création publicitaire I: de l'annonceur au média
  - 1.6.1. Introduction
  - 1.6.2. Les aspects préliminaires du processus de création publicitaire
  - 1.6.3. Le *Brief* de publicité ou *Brief* de communication
  - 1.6.4. La stratégie créative
  - 1.6.5. Stratégie médiatique
    - 1.6.5.1. Une publicité réussie: Apple
- 1.7. Le processus de création publicitaire II: créativité et Publicité
  - 1.7.1. Introduction
  - 1.7.2. Les fondements du travail créatif des publicitaires
  - 1.7.3. La créativité publicitaire et son statut communicatif
  - 1.7.4. Travail créatif dans la Publicité
  - 1.7.5. Une publicité réussie: l'étude de cas du Real Madrid
- 1.8. Le processus de création publicitaire III: idéation et développement du manifeste publicitaire
  - 1.8.1. Introduction
  - 1.8.2. Conception et stratégie créatives
  - 1.8.3. Le processus de conception créative
  - 1.8.4. Les dix voies fondamentales de la créativité selon Luis Bassat: les genres publicitaires
  - 1.8.5. Formats publicitaires
  - 1.8.6. Une publicité réussie: McDonald's



- 1.9. Planification des médias publicitaires
  - 1.9.1. Introduction
  - 1.9.2. Médias et planification
  - 1.9.3. Les supports publicitaires et leur classification
  - 1.9.4. Outils de planification des médias
  - 1.9.5. Une publicité réussie: Pepsi
- 1.10. Publicité, société et culture
  - 1.10.1. Introduction
  - 1.10.2. La relation entre la Publicité et la société
  - 1.10.3. Publicité et émotions
  - 1.10.4. Publicité, sujets et choses
  - 1.10.5. Une publicité réussie: Burger King



*Une expérience de formation  
unique, clé et décisive pour stimuler  
votre développement professionnel”*

05

# 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 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 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 le biais d'activités collaboratives et de 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 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 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). 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 meilleur support 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 en Théorie de la Publicité 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.



“

*Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”*

Ce **Certificat en Théorie de la Publicité** 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 Théorie de la Publicité**

N.° d'Heures Officielles: **150 h.**



future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

**tech** université  
technologique

Certificat

Théorie de la Publicité

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

Certificat

Théorie de la Publicité

What  
happens  
on your  
iPhone,  
stays  
on your  
iPhone.

[apple.com/privacy](http://apple.com/privacy)

