

Certificat Avancé

Développement Créatif de Campagnes Publicitaires



Certificat Avancé Développement Créatif de Campagnes Publicitaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaires: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-developpement-creatif-campagnes-publicitaires

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 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

La réalité de la publicité est devenue de plus en plus compétitive, les différentes marques innovant dans leur stratégie de génération de contenu. Cela signifie que le public exige d'être surpris afin de capter son attention. Dans ce contexte, l'originalité et un haut niveau de spécialisation sont devenus une nécessité pour les communicateurs et les créatifs. C'est pourquoi ce programme propose une plongée en profondeur dans les défis et les stratégies clés du développement de campagnes promotionnelles. À cette fin, le programme est enseigné par des experts possédant une vaste expérience dans le secteur. En outre, la méthodologie 100 % en ligne de TECH, soutenue par un large éventail de contenus multimédias et la méthode de *Relearning*, garantit une expérience d'apprentissage flexible et efficace.





Inscrivez-vous dès maintenant à ce programme 100 % en ligne pour donner un coup de pouce à votre carrière et développer des campagnes publicitaires percutantes"

L'industrie de la publicité est en constante évolution, marquée par le changement des modèles créatifs, l'émergence de nouvelles technologies et la demande croissante d'une plus grande efficacité dans l'exécution des campagnes. Ce contexte exige des professionnels de la publicité qu'ils se tiennent au courant des dernières tendances et qu'ils acquièrent des compétences qui leur permettent de se démarquer. C'est dans ce contexte que le programme de la TECH Université Technologique se présente comme une ressource essentielle, offrant une formation pratique et stratégique pour exceller dans ce domaine dynamique.

Ainsi, le programme de ce Certificat Avancé en développement créatif de campagnes publicitaires aborde spécifiquement les défis contemporains, en se penchant sur les modèles créatifs en constante évolution et sur l'intégration efficace des nouvelles technologies dans les campagnes publicitaires. Il se penche également sur la nécessité de développer des contenus multiplateformes, *crossmedia* et *transmedia* afin de toucher efficacement des publics diversifiés sur différents canaux. En outre, il se penchera sur l'optimisation du *Storytelling* dans différents médias *online* comme *offline*. Cette approche permet non seulement de s'adapter aux demandes actuelles, mais aussi d'anticiper et de préparer les diplômés aux défis futurs.

En termes de méthodologie, elle se distingue par le fait qu'elle est 100 % en ligne, ce qui permet aux professionnels d'accéder à la formation sans restrictions géographiques. La méthodologie de *Relearning* est présentée comme une approche efficace, basée sur la répétition de concepts clés pour ancrer les connaissances et faciliter l'apprentissage continu. Cette combinaison de flexibilité et d'approche pratique garantit que les étudiants n'acquièrent pas seulement des connaissances théoriques, mais développent également des compétences immédiatement applicables sur le lieu de travail.

Ce **Certificat Avancé en Développement Créatif de Campagnes Publicitaires** contient le programme pédagogique le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Développement Créatif de Campagnes Publicitaires
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique de l'ouvrage fournit des informations actualisées et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur des méthodologies innovantes
- ♦ Les cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et le travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Franchissez une nouvelle étape dans votre carrière professionnelle avec ce Certificat Avancé où vous aborderez les relations de l'annonceur avec les autres parties prenantes"

“

Vous approfondirez la nécessité de mettre en œuvre les nouvelles technologies pour réaliser une publicité innovante”

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, le professionnel bénéficiera d'un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire qu'il se formera dans un environnement simulé qui lui permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes par lequel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Améliorez vos compétences en matière de stratégies de marketing de contenu efficaces dans la meilleure université numérique au monde selon Forbes.

En vous inscrivant, vous maîtriserez des techniques de narration avancées pour captiver votre public et générer des impressions durables auprès des utilisateurs.



02

Objectifs

L'objectif principal de la conception du programme de ce Certificat Avancé est de former les étudiants au Développement Créatif de Campagnes Publicitaires. À cette fin, le programme se concentre sur les compétences essentielles pour exceller dans un environnement publicitaire compétitif et en constante évolution. En outre, ce programme se penche sur l'importance que le *Branded Content* a acquis et sur la valeur ajoutée apportée par sa symbiose avec le marketing de contenu. Tous ces objectifs sont atteints de manière simple et efficace grâce à l'utilisation de la méthodologie innovante *Relearning*.





“

Plus de 450 heures du meilleur contenu multimédia pour vous aider à atteindre tous vos objectifs vous attendent dans ce diplôme universitaire”



Objectifs généraux

- ◆ Améliorer les connaissances et les compétences professionnelles pour être en mesure de réaliser l'intégration et l'exécution du travail dans un département créatif de tout type d'agence ou de département marketing
- ◆ Assimiler les connaissances théoriques/pratiques qui vous permettent d'exercer des fonctions créatives sous n'importe quelle perspective
- ◆ Connaître en profondeur la relation entre le créatif et le reste des agents qui participent à la création de la communication commerciale
- ◆ Montrer et évaluer les nouvelles tendances auxquelles les professionnels de ce secteur seront confrontés aujourd'hui et à l'avenir
- ◆ Permettre au professionnel, grâce aux compétences nécessaires, d'améliorer la résolution des problèmes et de développer les compétences professionnelles essentielles
- ◆ Découvrez en profondeur les nouveaux projets de valeur pour la communication commerciale
- ◆ Montrer la vision de la créativité comme agent de collaboration au développement de la communication
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie des derniers outils d'aide à la créativité
- ◆ Développer des actions et des initiatives pour améliorer les résultats créatifs, en collaboration avec les autres acteurs impliqués dans leur conception.
- ◆ Utiliser des outils pour soutenir à la créativité





Objectifs spécifiques

Module 1. La créativité publicitaire

- ♦ Comprendre en profondeur ce qu'est la créativité, comment elle s'est développée avec l'avancée des nouvelles technologies et comment elle influence différents domaines professionnels
- ♦ Détailler les défis auxquels est confronté un créatif
- ♦ Mettre en évidence les valeurs de la collaboration créative
- ♦ Signifier la pertinence de la créativité dans différentes professions
- ♦ Examiner les meilleures conditions pour stimuler la créativité
- ♦ Comprendre le rôle de la créativité dans la publicité
- ♦ Étudier les références artistiques de la créativité
- ♦ Entrevoir les défis de l'environnement changeant et compétitif
- ♦ Inviter à franchir les limites
- ♦ Aider à comprendre que chaque défi est une opportunité de grandir

Module 2. Le *branded content*

- ♦ Souligner l'importance du *branded content* et sa relation avec le marketing de contenu
- ♦ Expliquer ce qu'est le *branded content* et ses similitudes avec la publicité traditionnelle
- ♦ Détailler les exigences relatives à la création de *branded content*
- ♦ Aborder les types de *branded content* qui peuvent avoir du succès
- ♦ Mettre en évidence les caractéristiques des vidéos virales et leur utilité
- ♦ Présenter le marketing de contenu comme une composante essentielle de la nouvelle communication
- ♦ Signifier le *storytelling* et sa distribution sur de multiples plateformes et réseaux sociaux
- ♦ Étudier les caractéristiques et les différences des événements virtuels

Module 3. Compétences d'un créatif publicitaire

- ♦ Analyser les compétences professionnelles nécessaires pour réussir dans le domaine de la création publicitaire
- ♦ Apprendre à rechercher un emploi de manière créative, à construire une marque personnelle forte et à gérer les situations de chômage et les changements dans le secteur
- ♦ Apprendre à agir sur le terrain, tant dans les moments de réussite que d'échec, et à intégrer les compétences de l'entreprise
- ♦ Découvrez les carrières des professionnels créatifs et des entreprises leaders dans les domaines du marketing et de la publicité
- ♦ Aider à comprendre ce que signifie le succès et comment l'atteindre
- ♦ Découvrir ce qu'est la vie d'un créatif, à la fois sur le lieu de travail et en dehors
- ♦ Apprendre à tirer le meilleur parti de la profession de créatif



Devenez un créateur de publicité exceptionnel et dépassez vos objectifs de carrière. Inscrivez-vous dès maintenant"

03

Direction de la formation

Dans sa volonté d'offrir une éducation d'élite pour tous, TECH dispose d'experts ayant une expérience exceptionnelle dans le domaine du Développement Créatif des Campagnes Publicitaires. La vaste expérience de ces professionnels garantit une formation efficace adaptée aux exigences actuelles de l'industrie. Grâce à leurs connaissances pratiques et à leur sens stratégique, les diplômés recevront non seulement une préparation théorique, mais aussi une immersion profonde dans les défis et les opportunités du monde réel. Ces publicistes de renom guideront les étudiants pendant les 6 mois du programme.



NEVER ENDING

CREATIVITY

Shaping up your business

GET START



“

Vous maîtriserez des compétences stratégiques qui vous catapulteront vers le succès auprès des leaders du secteur de la publicité créative"

Direction



M. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Directeur de la Création chez El Factor H
- ♦ Directeur du Marketing à La Ibense
- ♦ Directeur de la Création Événementielle chez Beon Worldwide
- ♦ Directeur du *Branded Content* en Atrium Digital y Mettre
Directeur Créatif chez Grupo de Comunicación del Sur, BSB et FCA BMZ Cid.
- ♦ Conférencier au Master en Gestion de la Communication Commerciale et Institutionnelle à l'Université de Séville.
- ♦ Co-auteur du livre *Cómo crear una marca. Manuel d'utilisation et de gestion*

Professeurs

Mme Pino Toboso, Esther

- ♦ Directrice de Creative Director and Illustrator
- ♦ Co-fondatrice de Creative Director and Illustrator
- ♦ Rédactrice freelance chez Naming
- ♦ Directrice de la création chez DoubleYou
- ♦ Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université de Barcelone.
- ♦ Licence d'Enseignement de l'Université d'Alcala

M. Fernández, Jorge David

- ♦ Spécialiste de la Publicité
- ♦ Professeur à l'Université de Séville
- ♦ Chercheur
- ♦ Auteur de diverses publications telles que *Strategic advertising Mechanisms: from copy strategy to iconic brands*



04

Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Développement Créatif dans les Campagnes Publicitaires offre une immersion complète dans les défis et les stratégies essentielles pour exceller dans l'industrie. Le programme se penche sur les défis auxquels sont confrontés les créatifs dans le développement de stratégies innovantes, fournissant des outils pratiques pour surmonter les obstacles et favoriser l'originalité. En outre, il aborde des concepts cruciaux tels que le marketing de contenu, révélant comment construire des récits persuasifs pour captiver le public. Il aborde également, à travers 450 heures de contenu multimédia, des situations réalistes, formant les étudiants à la manière d'agir lorsqu'une marque perd de sa crédibilité dans l'industrie.





“

*Le programme d'études de TECH
vous permettra d'exceller dans
un secteur de la publicité en
constante évolution"*

Module 1. La créativité publicitaire

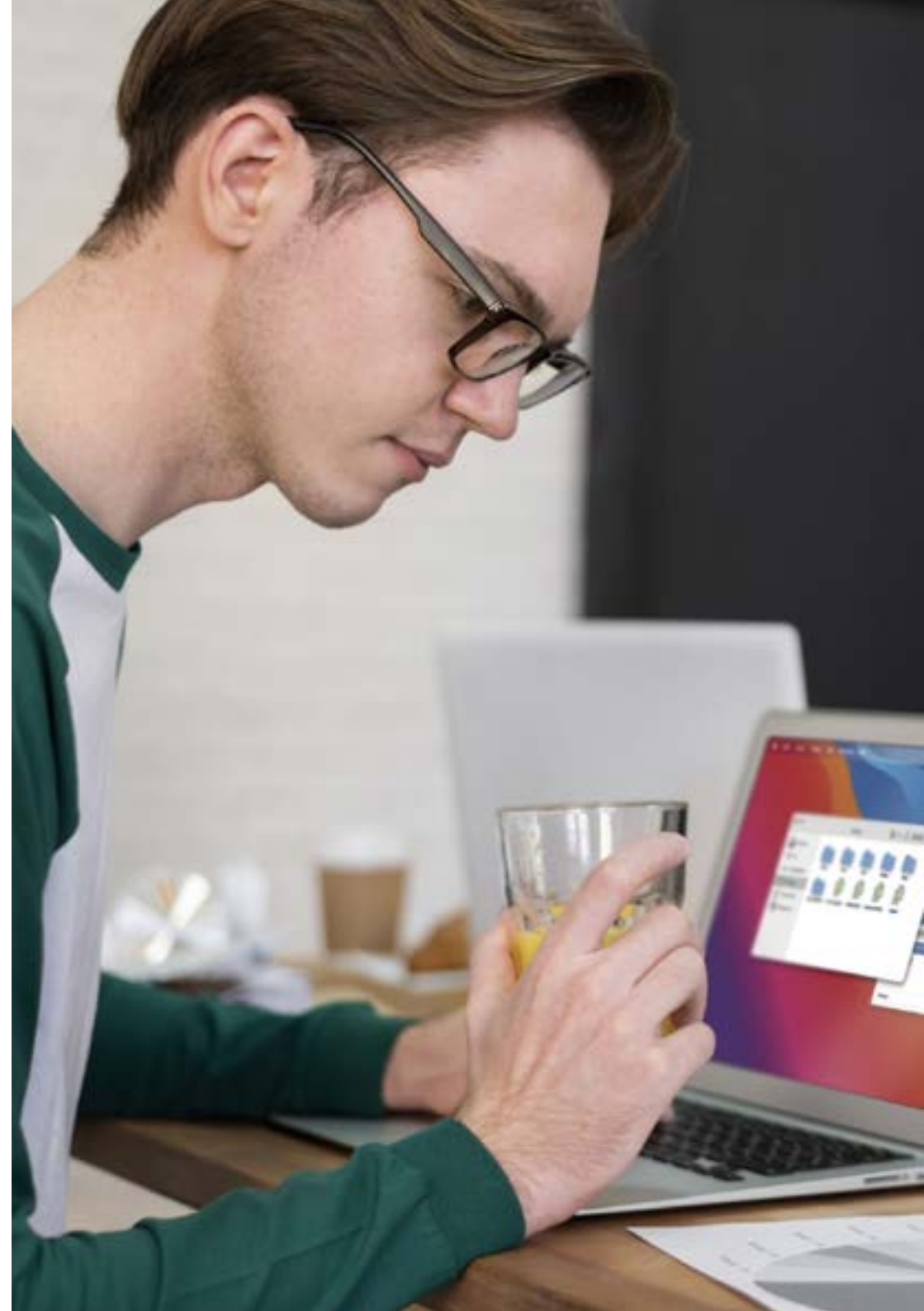
- 1.1. Qu'est-ce que la créativité
 - 1.1.1. Définitions
 - 1.1.2. Modèles de créatifs en constante évolution. Émergence de nouvelles technologies, besoin d'une plus grande efficacité
 - 1.1.3. Défis pour les créatifs dans le développement de stratégies innovantes. Les avantages de la collaboration
 - 1.1.4. Les professions où la créativité est recherchée
 - 1.1.5. Les personnes qui se sont distinguées par leur créativité exceptionnelle
- 1.2. Les meilleures conditions pour créer. La génération d'idées
 - 1.2.1. Les phases de la créativité
 - 1.2.2. Se concentrer sur le problème
 - 1.2.3. Se détendre, s'amuser
 - 1.2.4. Se tromper
 - 1.2.5. Le jeu et les techniques pour stimuler le jeu
- 1.3. Le sujet créatif
 - 1.3.1. Exigences à l'égard du sujet créatif
 - 1.3.2. Stabilité
 - 1.3.3. La kryptonite des créatifs
 - 1.3.4. Tomber amoureux du projet
 - 1.3.5. Bon ou mauvais créatif?
 - 1.3.6. La mémoire du créatif
- 1.4. Défis pour les créatifs dans le développement de stratégies innovantes
 - 1.4.1. Relations avec les clients : entreprises, individus, organisations, territoires, etc.
 - 1.4.2. Relations avec les autres *stakeholders*: fournisseurs (photographes, planificateurs, diffuseurs, designers, etc.), collègues, responsables d'agences, intelligence artificielle, etc.
 - 1.4.3. Les relations avec les consommateurs
 - 1.4.4. L'importance de la création en équipe
- 1.5. Le contexte d'un projet créatif
 - 1.5.1. Introduction sur le marché d'un produit innovant
 - 1.5.2. Stratégie d'approche de la créativité
 - 1.5.3. Produits ou services complexes
 - 1.5.4. Communication personnalisée
- 1.6. Types d'annonceurs. Créatif et non créatif
 - 1.6.1. Innovants, génériques, imitations, etc.
 - 1.6.2. Différences entre les publicités originales
 - 1.6.3. Moyens d'attirer les clients grâce à la créativité
- 1.7. Créativité artistique dans la communication
 - 1.7.1. 21 raisons d'être créatif
 - 1.7.2. Ce que nous appelons l'art dans la communication
 - 1.7.3. Références artistiques de la créativité publicitaire
- 1.8. Nouveaux défis créatifs
 - 1.8.1. Nouveaux canaux, technologies, tendances, etc.
 - 1.8.2. Le développement d'un nouveau format
 - 1.8.3. La nécessité de mettre en œuvre les nouvelles technologies dans le cadre d'une publicité innovante
 - 1.8.4. L'entrée de concurrents
 - 1.8.5. Cycle de vie d'une idée
 - 1.8.6. Durabilité, langage inclusif
- 1.9. Tendances en matière de créativité publicitaire
 - 1.9.1. Rôle des clients dans la prise de décision
 - 1.9.2. Nouvelles méthodes et nouveaux moyens
 - 1.9.3. Nouvelles technologies
- 1.10. Limites de la créativité publicitaire
 - 1.10.1. Accès aux idées les plus innovantes
 - 1.10.2. Le coût d'une bonne idée
 - 1.10.3. La pertinence d'un message
 - 1.10.4. La carte de décisions
 - 1.10.5. Trouver le bon équilibre

Module 2. Le *branded content*

- 2.1. Qu'est-ce que le *branded content*
 - 2.1.1. Comment la publicité s'apparente-t-elle au *branded content*
 - 2.1.2. Ce qui est nécessaire pour le créer
 - 2.1.3. Typologie
 - 2.1.4. Quel contenu sera couronné de succès
 - 2.1.5. Caractéristiques des vidéos virales
 - 2.1.6. Utilités
- 2.2. Qu'est-ce que le marketing de contenu
 - 2.2.1. Un contenu pertinent et utile
 - 2.2.2. Contenus interactifs
 - 2.2.3. Storytelling
 - 2.2.4. Contenu multiplateforme, cross-média et transmédia
 - 2.2.5. Valeur ajoutée
 - 2.2.6. Créativité des réseaux sociaux
 - 2.2.7. Comment réussir sur les réseaux sociaux
 - 2.2.8. Comment faire en sorte que notre contenu ait une portée
- 2.3. Créativité multimédia
 - 2.3.1. Podcast
 - 2.3.2. **Videocast**
 - 2.3.3. *Photosaring*
 - 2.3.4. Plateformes et présentations
 - 2.3.5. Vidéos
- 2.4. Qu'est-ce qu'un événement
 - 2.4.1. Ce que c'est
 - 2.4.2. Différence entre la créativité d'une publicité et la créativité d'un événement
 - 2.4.3. L'interactivité d'une publicité et l'interactivité d'un événement
- 2.5. Pourquoi l'événement a-t-il lieu
 - 2.5.1. Célébration et divertissement
 - 2.5.2. Marketing et promotion
 - 2.5.3. Éducation et formation
 - 2.5.4. Réseaux et connexions
 - 2.5.5. Responsabilité sociale et collecte de fonds
- 2.6. Comment l'idée de l'événement est créée
 - 2.6.1. Comment générer des idées créatives
 - 2.6.2. Comment élaborer une proposition détaillée
 - 2.6.3. Conclusions
- 2.7. Où et comment organiser un événement
 - 2.7.1. Le bon événement au bon endroit
 - 2.7.2. Le budget adéquat
 - 2.7.3. Pas de place pour l'improvisation
 - 2.7.4. L'alimentation à son apogée
 - 2.7.5. Ce qui peut mal se passer lors d'un événement. Exemples
 - 2.7.6. Un plan B
- 2.8. Comment susciter l'enthousiasme lors d'un événement
 - 2.8.1. La surprise lors d'événements
 - 2.8.2. L'empathie lors d'événements
 - 2.8.3. Les sentiments
- 2.9. La créativité tout au long du processus organisationnel
 - 2.9.1. Créativité dans la génération d'idées
 - 2.9.2. Créativité dans la conception de l'expérience
 - 2.9.3. Créativité dans la planification et la logistique
 - 2.9.4. Créativité dans la conception de matériels et promotion
 - 2.9.5. La créativité dans la gestation d'expériences interactives et participatives
 - 2.9.6. Surprises et éléments inattendus
 - 2.9.7. Créativité dans le divertissement et le contenu
 - 2.9.8. Créativité dans la résolution de problèmes sur le moment
 - 2.9.9. La créativité même à l'heure du ramassage
 - 2.9.10. Créativité avant et après l'événement
- 2.10. Événements virtuels
 - 2.10.1. Qu'est-ce qu'un événement virtuel
 - 2.10.2. Différences entre un événement virtuel et un événement en présentiel
 - 2.10.3. La créativité dans les événements virtuels

Module 3. Compétences d'un créatif publicitaire

- 3.1. Professions
 - 3.1.1. Professions liées au marketing
 - 3.1.2. Professions liées à la publicité
 - 3.1.3. Exemples
- 3.2. Comment repérer les talents
 - 3.2.1. Compétences liées à la créativité publicitaire
 - 3.2.2. Activités liées à la créativité publicitaire
 - 3.2.3. Exemples
- 3.3. Comment obtenir un emploi dans le domaine de la publicité créative
 - 3.3.1. Comment postuler à un emploi de manière créative
 - 3.3.2. Comment construire une marque qui garantisse la stabilité de l'emploi
 - 3.3.3. Comment faire face à une période de chômage
 - 3.3.4. Comment s'adapter aux changements dans le secteur
- 3.4. Comment agir sur le lieu de travail
 - 3.4.1. Lorsque vous réussissez
 - 3.4.2. En cas d'échec
 - 3.4.3. Comment s'intégrer
- 3.5. Comment agir lorsque votre marque perd de sa crédibilité dans l'industrie ?
 - 3.5.1. Repositionner la marque
 - 3.5.2. Réactiver la marque
 - 3.5.3. Exemples
- 3.6. Trajectoires des repères créatifs
 - 3.6.1. Créatifs en marketing
 - 3.6.2. Créatifs publicitaires
 - 3.6.3. Exemples
- 3.7. Antécédents des entreprises de référence
 - 3.7.1. Entreprises et services de marketing
 - 3.7.2. Sociétés de publicité
 - 3.7.3. Exemples





- 3.8. Comment réussir
 - 3.8.1. Qu'est-ce que la réussite
 - 3.8.2. Pensez correctement et vous aurez raison
 - 3.8.3. Exemples
- 3.9. Comment est la vie des créatifs
 - 3.9.1. Au travail
 - 3.9.2. En dehors du travail
 - 3.9.3. Conclusions
- 3.10. Apprécier la profession de créative
 - 3.10.1. La passion pour la créativité
 - 3.10.2. Gérer le stress et les blocages créatifs
 - 3.10.3. Cultiver sa créativité personnelle

“

Grâce à ce programme, vous maîtriserez les Briefs créatifs et les propositions convaincantes aux clients. N'hésitez plus et rejoignez ce Certificat Avancé”

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.



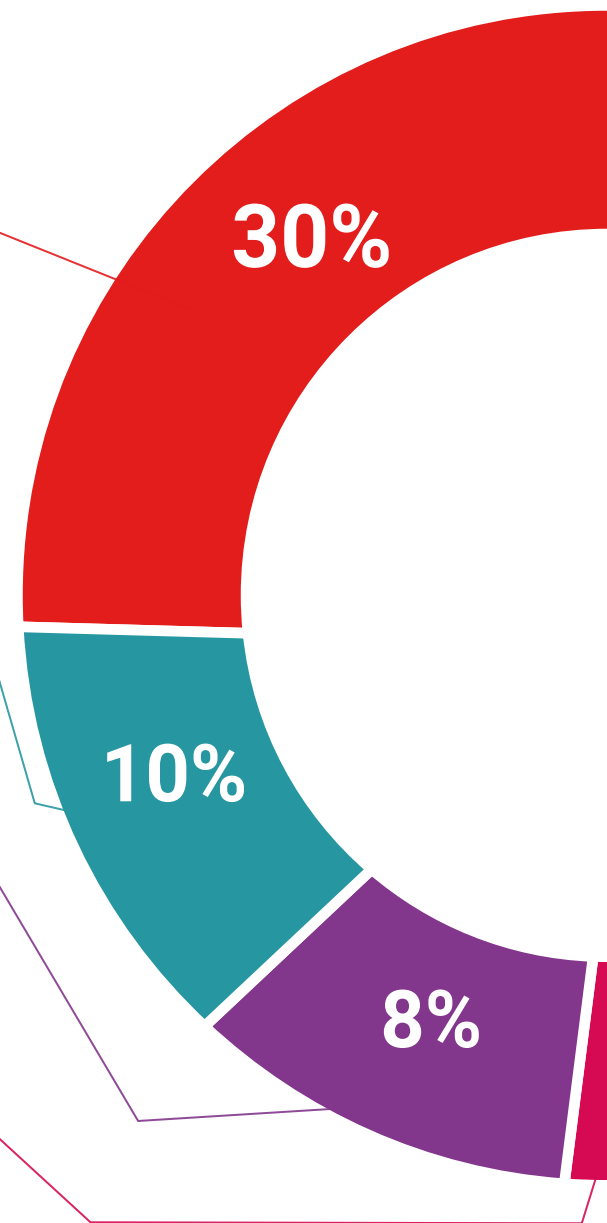
Pratiques en compétences et aptitudes

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.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Développement Créatif de Campagnes Publicitaires garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Certificat Avancé en Développement Créatif de Campagnes Publicitaires** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée 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 Développement Créatif de Campagnes Publicitaires**
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.



Certificat Avancé
Développement Créatif
de Campagnes Publicitaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaires: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Développement Créatif de Campagnes Publicitaires

