

Certificat Avancé

Médias et Gestion de Produit d'Information



Certificat Avancé

Médias et Gestion de Produit d'Information

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

Accès au site: www.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-medias-gestion-produit-information

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 24

06

Diplôme

page 32

01

Présentation

Aujourd'hui, les entreprises de médias recherchent des professionnels hautement qualifiés ayant des connaissances dans le domaine de la gestion des produits et des médias. Dans cette mesure, il est important que les journalistes aient une connaissance de la gestion d'entreprise ainsi que des fonctions au sein d'une entreprise de médias. Ainsi, ce programme devient une opportunité pour les professionnels qui souhaitent s'engager dans cette nouvelle combinaison de gestion et de médias. Il s'agit d'une opportunité unique pour les étudiants dans un secteur où la demande et les opportunités professionnelles sont élevées.



“

*Ce programme est la meilleure option
que vous puissiez trouver pour vous
spécialiser dans les Médias et Gestion
de Produit d'Information”*

Ce Certificat Avancé fournit aux étudiants des outils et des compétences spécifiques pour développer avec succès leur activité professionnelle dans le vaste domaine des Médias et Gestion de Produit d'Information. Il travaille sur des compétences clés telles que la connaissance de la réalité et de la pratique quotidienne des médias et développe la responsabilité dans le suivi et la supervision de leur travail, ainsi que les compétences de communication au sein de l'indispensable travail d'équipe.

Ce programme est conçu pour fournir une mise à jour, et dans celui-ci toutes les connaissances théoriques et pratiques sont présentées à travers un contenu multimédia de haute qualité, l'analyse de cas cliniques préparés par des experts, des master classes et des techniques vidéo qui permettent l'échange de connaissances et d'expériences, le maintien et la mise à jour du niveau académique de ses membres, la création de protocoles d'action et la diffusion des développements les plus importants dans la spécialité.

Grâce à ce programme en ligne, les étudiants peuvent organiser leur temps et leur rythme d'apprentissage, en l'adaptant à leur emploi du temps. Ils peuvent également accéder aux contenus depuis n'importe quel ordinateur ou appareil mobile.

Ce **Certificat Avancé en Médias et Gestion de Produit d'Information** 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 Gestion des Entreprises de Communication
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques pour réaliser le processus d'auto évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Elle met l'accent sur les méthodologies innovantes en matière de gestion des entreprises de communication
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Ne manquez pas l'occasion de suivre ce Certificat Avancé en Médias et Gestion de Produit d'Information avec nous. C'est l'occasion idéale de faire progresser votre carrière”

“

Ce Certificat Avancé est le meilleur investissement que vous puissiez faire en choisissant un programme de remise à niveau pour actualiser vos connaissances en Médias et Gestion de Produit d'Information”

Le corps enseignant comprend des professionnels du domaine communication, qui apportent l'expérience de leur travail 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 doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du Certificat Avancé. À cette fin, le professionnel sera assisté d'un système vidéo interactif innovant mis au point par des experts renommés et expérimentés en Gestion des Entreprises de Communication.

Cette formation dispose du meilleur matériel didactique, ce qui vous permettra d'étudier d'une manière contextuelle qui facilitera votre apprentissage.

Ce programme 100% en ligne vous permettra de combiner vos études avec votre travail professionnel tout en augmentant vos connaissances dans ce domaine.



02

Objectifs

Le Certificat Avancé en Médias et Gestion de Produit d'Information vise à faciliter la performance des professionnels dans ce domaine afin qu'ils puissent acquérir et apprendre les principales nouveautés dans ce domaine de la communication.



“

C'est la meilleure option pour connaître les dernières avancées en matière de Médias et Gestion de Produit d'Information”



Objectif général

- Former le professionnel des médias pour qu'il soit capable de gérer une grande entreprise, en acquérant les connaissances nécessaires dans chaque domaine de l'entreprise

“

Des objectifs réalistes conçus et planifiés pour qu'à la fin de la formation vous ayez acquis les connaissances nécessaires pour commencer à travailler dans ce domaine”





Objectifs spécifiques

Module 1. Moyens de Communication

- ♦ Identifier les publics des médias
- ♦ Savoir quels médias peuvent aider l'entreprise à se développer
- ♦ Faire de la publicité auprès des médias qui promeuvent la mission et la vision de l'entreprise
- ♦ Créer des directives de publicité dans les médias pour la croissance de l'entreprise

Module 2. Gestion du produit d'information

- ♦ Générer du contenu informatif qui peut intéresser un large public
- ♦ Produire des produits de qualité qui montrent des aspects importants et intéressants pour la société d'aujourd'hui
- ♦ Disposer d'une base de données avec des contacts importants dans les organisations gouvernementales, les organismes internationaux et les personnalités concernées

Module 3. Environnements de marché et de Communication

- ♦ Savoir comment gérer la réputation de votre entreprise
- ♦ Créer des lignes directrices pour atteindre un public cible plus large
- ♦ Identifier les marques et les enseignes qui souhaitent s'engager avec votre entreprise afin d'augmenter leurs ventes

Module 4. Gestion des marchés et des clients

- ♦ Identifier l'environnement de l'entreprise et le public auquel il s'adresse
- ♦ Connaître le public cible du média et savoir quel type de directives sera généré
- ♦ Élaborer un guide pour faciliter la médiation entre les entreprises privées et les médias



03

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans tous les aspects de la gestion du Marketing et de la communication politique, qui apportent l'expérience de leurs années de travail à ce programme. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Certificat Avancé de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.





“

*Nous disposons du meilleur corps
enseignant pour vous aider à atteindre
la réussite professionnelle”*

Directeur invité international

Forte d'une solide expérience en Communication et Marketing, Bianca Freedman a occupé le poste de Chief Executive Officer (CEO) de la division Canadienne d'Edelman, où elle a dirigé la stratégie, les opérations et la culture dans la région. En fait, elle a joué un rôle essentiel dans l'évolution, la promotion et la protection des marques et des réputations dans un environnement médiatique dynamique. En outre, elle a été l'un des experts en Executive Positioning au sein du réseau mondial d'Edelman, un domaine critique où les chefs d'entreprise sont de plus en plus demandés.

Elle a également occupé d'autres postes à responsabilité au sein d'Edelman, notamment en tant que Chief Operating Officer (COO) et General Manager. Dans ces fonctions, elle a dirigé certains des projets les plus importants et les plus complexes de l'organisation, tant dans le secteur privé que dans le secteur public, travaillant avec certaines des entreprises les plus prestigieuses du pays pour transformer leur présence auprès des employés, des clients et des actionnaires.

Au cours de sa carrière, Bianca Freedman a également occupé des postes chez InfinityComm Inc. en tant que Responsable des Comptes et des Relations Publiques, ainsi qu'au Credit Valley Hospital, où elle a occupé le poste de Coordinatrice du Marketing et des Communications. Elle a également occupé des postes de Responsable du Marketing, des Relations Publiques et des Médias Sociaux chez Walmart, où elle a joué un rôle déterminant dans l'innovation en matière de communication, tant au Canada que dans la région de la Baie de San Francisco, aux côtés du groupe mondial de commerce électronique de l'entreprise.

Membre active de la communauté, elle a notamment siégé au Conseil Consultatif des Relations Publiques de Humber et fait du bénévolat auprès de l'Association Communautaire pour les Riders Handicapés (CARD). Elle s'engage pleinement à supprimer les obstacles à l'entrée sur le marché du travail et à soutenir les talents à fort potentiel.



Mme Freedman, Bianca

- Chief Executive Officer (CEO) chez Edelman Canada, Toronto, Canada
- Responsable du Marketing, des Relations Publiques et des Médias Sociaux chez Walmart
- Coordinatrice du Marketing et des Communications à l'Hôpital Credit Valley
- Gestionnaire des comptes et des Relations Publiques chez InfinityComm Inc
- Bourse IWF en Administration et Gestion des Affaires à l'INSEAD
- Programme de Leadership Transformationnel, de Management et d'Administration des Affaires de la Harvard Business School
- Diplôme d'études supérieures en Relations Publiques du Humber College
- Licence en Sciences Politiques, Etudes en Communication, Université McMaster
- Membre de:
 - Conseil Consultatif des Relations Publiques de Humber
 - Association Communautaire pour les Riders Handicapés (CARD)

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



Mme Iñesta Fernández, Noelia

- Journaliste et Social Media Manager
- Responsable de Communication (G. Greterika Imp-Exp)
- Responsable de Communication et Marketing (A. Corporate)
- Community Manager dans les PME de canal Horeca
- Rédacteur en chef des médias locaux
- Doctorat en Recherche sur les Médias
- Master en Social Media Management
- Diplôme de Journalisme
- Technicien Supérieur en Production Audiovisuelle



03

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par les meilleurs professionnels du domaine de la Gestion des Entreprises de Communication, dotés d'une grande expérience et d'un prestige reconnu dans la profession.





“

Ce Certificat Avancé en Médias et Gestion des Produits d'Information contient le programme le scientifique plus complet et le plus actuel du marché”

Module 1. Moyens de Communication

- 1.1. Introduction aux Médias
 - 1.1.1. Qu'est-ce que les Médias?
 - 1.1.2. Caractéristiques des médias
 - 1.1.3. Utilité des médias
- 1.2. Presse
 - 1.2.1. Introduction et bref historique du média
 - 1.2.2. Principales caractéristiques
 - 1.2.3. Du papier au numérique
- 1.3. Radio
 - 1.3.1. Introduction et bref historique du média
 - 1.3.2. Principales caractéristiques
- 1.4. Télévision
 - 1.4.1. Introduction et bref historique du média
 - 1.4.2. La télévision traditionnelle
 - 1.4.3. Nouvelles formes de consommation de la télévision
- 1.5. Les réseaux sociaux comme moyen de Communication
 - 1.5.1. Le réseau comme nouvel environnement de communication
 - 1.5.2. Les possibilités de communication des réseaux sociaux
- 1.6. Nouvelles plateformes et nouveaux dispositifs
 - 1.6.1. Un environnement multi-écrans
 - 1.6.2. Deuxième écran de télévision
 - 1.6.3. Le consommateur *Multitasker*
- 1.7. Glocalisation
 - 1.7.1. Médias locaux
 - 1.7.2. Le journalisme de proximité
- 1.8. Effets des Médias
 - 1.8.1. Efficacité de la Communication commerciale et publicitaire
 - 1.8.2. Théories des effets des médias
 - 1.8.3. Modèles sociaux et de co-création

- 1.9. Convergence des médias
 - 1.9.1. Un nouvel écosystème médiatique
 - 1.9.2. Culture de convergence
- 1.10. Contenu généré par les utilisateurs
 - 1.10.1. Du consommateur au prosommateur
 - 1.10.2. Culture participative
 - 1.10.3. L'intelligence collective

Module 2. Gestion du produit d'information

- 2.1. Définition du produit d'information
 - 2.1.1. Concept
 - 2.1.2. Caractéristiques
 - 2.1.3. Types
- 2.2. Processus de développement des produits d'information
 - 2.2.1. Phases de la production d'informations
 - 2.2.2. *Agenda Setting*
- 2.3. Stratégies de lancement de nouveaux produits d'information
 - 2.3.1. Des stratégies tangibles
 - 2.3.2. Stratégies intangibles
 - 2.3.3. Stratégie de portefeuille de produits
- 2.4. Étude de la stratégie des concurrents
 - 2.4.1. *Benchmarking*
 - 2.4.2. Types de *Benchmarking*
 - 2.4.3. Avantages
- 2.5. Processus d'innovation du portefeuille de produits d'information
 - 2.5.1. Récits transmédias
 - 2.5.2. Phénomène fan
- 2.6. Innovation dans le positionnement stratégique
 - 2.6.1. Gamification
 - 2.6.2. Nouveaux mondes narratifs

- 2.7. Documentation journalistique
 - 2.7.1. Lignes directrices essentielles pour la documentation journalistique culturelle
 - 2.7.2. Documentation historique
 - 2.7.3. Documentation actuelle
 - 2.7.4. Événements actuels
- 2.8. Conception et planification d'un plan de réputation en ligne
 - 2.8.1. Aperçu des principaux médias sociaux en Espagne
 - 2.8.2. Plan de réputation de la marque. Métriques générales, ROI et CRM social
 - 2.8.3. Crise en ligne et SEO de réputation
- 2.9. L'importance de la communication dans les organisations actuelles
 - 2.9.1. Mécanismes et systèmes de communication avec les médias
 - 2.9.2. Erreurs dans la communication d'organisations
- 2.10. *Inbound Marketing*
 - 2.10.1. *Inbound Marketing* efficace
 - 2.10.2. Bénéfices du *Inbound Marketing*
 - 2.10.3. Mesurer le succès du *Inbound Marketing*

Module 3. Environnements de marché et de Communication

- 3.1. Macro-environnement de l'entreprise
 - 3.1.1. Concept de macro-environnement
 - 3.1.2. Variables du macro-environnement
- 3.2. Micro-environnement de l'entreprise
 - 3.2.1. Approche de la notion de micro-environnement
 - 3.2.2. Acteurs du micro-environnement
- 3.3. Nouvel environnement concurrentiel
 - 3.3.1. Innovation technologique et impact économique
 - 3.3.2. Société de connaissance
 - 3.3.3. Le nouveau profil du consommateur
- 3.4. Connaître le marché et le consommateur
 - 3.4.1. Innovation ouverte (*Open Innovation*)
 - 3.4.2. Intelligence compétitive
 - 3.4.3. Économie compétitive

- 3.5. Le marché et les publics
 - 3.5.1. Une brève histoire de l'audiométrie en Espagne
 - 3.5.2. Profil des utilisateurs de médias
 - 3.5.3. Fragmentation de l'audience
- 3.6. Développement du plan de Marketing
 - 3.6.1. Concept du plan de marketing
 - 3.6.2. Analyse et diagnostic de la situation
 - 3.6.3. Décisions stratégiques du Marketing
 - 3.6.4. Décisions de marketing opérationnel
- 3.7. Segmentation du marché
 - 3.7.1. Concept de la segmentation du marché
 - 3.7.2. Utilité et exigences de la segmentation
 - 3.7.3. Segmentation des marchés de consommation
 - 3.7.4. Segmentation des marchés industriels
 - 3.7.5. Stratégies de segmentation
 - 3.7.6. Segmentation sur la base des critères du Marketing - mix
- 3.8. Position Concurrentielle
 - 3.8.1. Concept de positionnement sur le marché
 - 3.8.2. Le Processus de positionnement
- 3.9. Segmentation commerciale
 - 3.9.1. Analyse des canaux de distribution, des zones de vente et des produits
 - 3.9.2. Préparation des zones commerciales
 - 3.9.3. Mise en œuvre du plan de visite
- 3.10. Responsabilité sociale des entreprises
 - 3.10.1. Engagement social
 - 3.10.2. Organisations durables
 - 3.10.3. L'éthique dans les organisations

Module 4. Gestion des marchés et des clients

- 4.1. *Marketing Management*
 - 4.1.1. Concept de *Marketing Management*
 - 4.1.2. Nouvelles réalités du Marketing
 - 4.1.3. Un nouveau marché: les capacités des consommateurs et des entreprises
 - 4.1.4. Orientation holistique de la MK
 - 4.1.5. Actualiser les 4 P du Marketing
 - 4.1.6. Tâches de la gestion de Marketing
- 4.2. Marketing relationnel
 - 4.2.1. Concept de Marketing relationnel
 - 4.2.2. Le client comme actif de l'entreprise
 - 4.2.3. La CRM comme outil de Marketing relationnel
- 4.3. *Data Base Marketing*
 - 4.3.1. Applications de *Data Base Marketing*
 - 4.3.2. Lois et règlements
 - 4.3.3. Sources d'information
- 4.4. Types de comportement d'achat
 - 4.4.1. Processus de décision d'achat
 - 4.4.2. Les étapes dans le processus d'achats
 - 4.4.3. Types de comportement d'achat
 - 4.4.4. Caractéristiques des types de comportement d'achat
- 4.5. Le processus de fidélisation
 - 4.5.1. Connaissance exhaustive du Client
 - 4.5.2. Processus de fidélisation
 - 4.5.3. La valeur du Client
- 4.6. Sélection des clients cibles- CRM
 - 4.6.1. Conception d'un e-CRM
 - 4.6.2. Implications et limites de la LOPD
 - 4.6.3. Orientation vers le consommateur
 - 4.6.4. Planification 1 to 1



- 4.7. Gestion de projets de recherche
 - 4.7.1. Outils d'analyse de l'information
 - 4.7.2. Élaboration d'un plan de gestion des attentes
 - 4.7.3. Évaluation de la faisabilité du projet
- 4.8. Investigation du marché en ligne
 - 4.8.1. Outils de recherche quantitative sur les marchés en ligne
 - 4.8.2. Outils dynamiques d'étude qualitative de la clientèle
- 4.9. Étude des publics traditionnels
 - 4.9.1. Origine de la mesure d'audience. Concepts de base
 - 4.9.2. Comment mesurer les audiences traditionnelles
 - 4.9.3. EGM et Kantar Media
- 4.10. Études d'audience sur Internet
 - 4.10.1. L'audience sociale
 - 4.10.2. Mesurer l'impact social: Tuitele
 - 4.10.3. Barlovento et IAB Espagne

“

Cette formation vous permettra de faire avancer votre carrière de manière confortable”

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 Médias et Gestion de Produit d'Information 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.



“

Réussissez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans déplacements ni formalités fastidieuses”

Ce **Certificat Avancé en Médias et Gestion de Produit d'Information** 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 Médias et Gestion des Produits d'Information**

N.º d'heures officielles: **600 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
Médias et Gestion
de Produit d'Information

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

Certificat Avancé

Médias et Gestion
des Produits d'Information