

Certificat Avancé

Publicité Audiovisuelle





tech université
technologique

Certificat Avancé Publicité Audiovisuelle

- » 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/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-publicite-audiovisuelle

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

La publicité est fondamentale dans toutes les entreprises et, bien qu'elle puisse être diffusée sous différents formats, l'audiovisuel est l'un des principaux, car la combinaison parfaite de l'image et du son provoque un plus grand impact sur le public. Ce programme s'adresse aux professionnels du journalisme qui souhaitent améliorer leur formation dans le domaine de la publicité audiovisuelle. Tout au long de ces mois, les étudiants apprendront à analyser les textes publicitaires d'un point de vue critique et à identifier les différents éléments des messages, ainsi qu'à produire des pièces publicitaires dans les délais impartis et conformément aux spécifications des différents genres de publicité et de relations publiques.



“

Spécialisez-vous dans la publicité audiovisuelle et parvenir à créer des campagnes exclusives qui favorisent la croissance économique des entreprises”

Ce programme en publicité audiovisuelle a été conçu pour répondre aux besoins académiques des professionnels du journalisme et de la communication. Ainsi, ses objectifs visent à savoir appliquer la méthodologie scientifique des théories de la communication et à analyser les processus psychologiques de base de la communication et du récepteur de la publicité. À cette fin, les bases de la maîtrise des éléments fondamentaux de la communication audiovisuelle seront passées en revue. En outre, le rôle décisif de l'image au XXI^e siècle rend nécessaire l'analyse de l'interrelation entre les éléments verbaux et iconiques du message communicatif.

Grâce à ce programme, les étudiants acquerront les compétences nécessaires pour pouvoir distinguer et apprécier les procédures utilisées dans la construction de matériel cinématographique, télévisuel, vidéo et multimédia.

Un autre aspect abordé est celui de la production publicitaire audiovisuelle et de l'examen des quatre agents directement impliqués dans les phases d'adjudication, d'exécution et de distribution du travail: l'annonceur, l'agence, la société de production audiovisuelle et les médias de diffusion et de distribution. La société de production audiovisuelle est directement liée à l'agence (qui sera celle qui passe le contrat) et, indirectement, à l'annonceur. Le matériel produit par la société de production doit être préparé et approuvé pour être correctement distribué par les médias choisis (cinémas, télévision, internet, applications, etc.). Par conséquent, ce programme couvrira les processus de production (préproduction, production et postproduction) pour la production de pièces publicitaires.

Sans aucun doute, un programme très complet qui marquera un avant et un après dans la formation des journalistes, en leur fournissant les connaissances nécessaires pour travailler avec succès dans le domaine de la publicité, en particulier dans les formats audiovisuels.

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

- ♦ Utilisation des dernières technologies en matière de logiciels d'enseignement en ligne
- ♦ Le système d'enseignement, intensément visuel, s'appuie sur des contenus graphiques et schématiques faciles à assimiler et à comprendre
- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en exercice
- ♦ La dernière génération de systèmes vidéo interactifs
- ♦ Enseignement soutenu par la télépratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Apprentissage autorégulé: compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances
- ♦ Communication avec l'équipement enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet
- ♦ Les banques de documentation complémentaire disponibles en permanence



TECH vous offre la méthodologie d'enseignement la plus innovante sur la scène académique actuelle”

“ *TECH Université Technologique met à votre disposition une multitude de ressources théoriques et pratiques afin que vous puissiez apprendre en détail la publicité audiovisuelle* ”

Le corps enseignant de ce programme est composé de professionnels issus de différents domaines liés à cette spécialité. De cette manière, TECH peut offrir l'objectif de mise à jour académique qu'elle s'est fixé. Une équipe pluridisciplinaire de professionnels qualifiés et expérimentés dans différents environnements, qui développera efficacement les connaissances théoriques, mais surtout mettra au service des étudiants les connaissances pratiques issues de leur propre expérience.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique. Développé par une équipe multidisciplinaire d'experts en *elearning*, il intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, l'étudiant pourra étudier à l'aide d'une gamme d'outils multimédias confortables et polyvalents qui lui donneront l'opérabilité dont il a besoin dans son processus d'étude.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par problèmes. Une approche qui conçoit l'apprentissage comme un processus éminemment pratique. Pour y parvenir à distance, TECH utilise la télépratique. À l'aide d'un système vidéo interactif innovant, et du *Learning from an Expert* l'apprenant pourra acquérir des connaissances comme si étiez confronté au scénario que vous apprenez à ce moment précis. Un concept qui vous permet d'intégrer et de fixer votre apprentissage de manière plus réaliste et permanente.

Un programme unique qui fera la différence dans votre formation dans le secteur de la publicité audiovisuelle.

Inscrivez-vous à ce Certificat Avancé et bénéficiez d'un accès illimité à tous ses contenus.



02

Objectifs

Ce programme a été développé par les enseignants de TECH dans le but principal d'offrir aux journalistes les connaissances les plus avancées en matière de publicité audiovisuelle, afin que les professionnels acquièrent, par le biais d'une étude intensive, les compétences nécessaires pour évoluer avec succès dans un secteur hautement compétitif. Ce programme s'adresse tout particulièrement aux professionnels ayant une expérience dans le secteur et qui souhaitent améliorer leurs compétences afin de se démarquer sur le marché du travail.



“

Si votre objectif est de réorienter votre future carrière vers de nouvelles voies de réussite, ce Certificat Avancé est un pour vous”



Objectif général

- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire appropriée en utilisant les outils numériques les plus avancés



Développez les compétences dont vous avez besoin pour réussir dans ce domaine





Objectifs spécifiques

Module 1. Introduction à la psychologie de la communication

- ♦ Permettre aux étudiants d'établir un lien cohérent entre la publicité et les relations publiques et les autres sciences sociales et humaines
- ♦ Permettre à l'étudiant de comprendre les concepts de base et les modèles théoriques de la communication humaine, ses éléments et ses caractéristiques, ainsi que le rôle qu'elle joue dans les processus psychologiques de la publicité et des relations publiques
- ♦ Préparer les étudiants à identifier et à analyser les processus psychosociaux, cognitifs et émotionnels de la communication publicitaire et des relations publiques

Module 2. Récit audiovisuel

- ♦ Appliquer la méthodologie scientifique des théories de la communication
- ♦ Analyser les processus psychologiques de base de la communication et du récepteur de la publicité
- ♦ Maîtriser les lignes directrices fondamentales qui régissent la communication audiovisuelle et qui servent de base à la pratique de la publicité et des relations publiques
- ♦ Décrire l'évolution générale des médias à travers leur développement historique

Module 3. Publicité Audiovisuelle

- ♦ Comprendre la nature et le potentiel de communication des images et de la conception graphique
- ♦ Savoir planifier des campagnes publicitaires de manière stratégique
- ♦ Connaître le processus de création publicitaire
- ♦ Savoir analyser les textes publicitaires d'un point de vue critique et identifier les différents éléments des messages
- ♦ Produire des pièces publicitaires en temps voulu selon les spécifications des différents genres de publicité et de relations publiques
- ♦ Avoir la capacité d'exercer la fonction professionnelle de rédacteur au sein d'une agence de publicité ou d'un service de publicité d'une entreprise ou d'une institution
- ♦ Avoir la capacité d'exercer la fonction professionnelle de directeur artistique au sein d'une agence de publicité ou d'un service de publicité d'une entreprise ou d'une institution
- ♦ Participer à l'élaboration de la publicité audiovisuelle
- ♦ Capacité à maîtriser les lignes directrices de base qui régissent la publicité audiovisuelle pour l'élaboration de produits publicitaires audiovisuels
- ♦ Maîtriser les lignes directrices de base qui régissent la publicité audiovisuelle pour l'élaboration de produits publicitaires audiovisuels

03

Structure et contenu

Le contenu de ce Certificat Avancé en a été élaboré par différents spécialistes avec un objectif clair: faire en sorte que les étudiants acquièrent chacune des compétences nécessaires pour devenir de véritables experts dans ce domaine. Un programme qui comprend les aspects les plus pertinents de la publicité audiovisuelle et qui deviendra un véritable guide de travail pour les professionnels du secteur, qui y trouveront les informations les plus pertinentes et les plus utiles pour leur profession.

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

“

*Un programme très complet, très bien structuré,
qui facilitera votre apprentissage et vous aidera
à améliorer vos compétences dans ce domaine”*

Module 1. Introduction à la psychologie de la communication

- 1.1. Histoire de la psychologie
 - 1.1.1. Introduction
 - 1.1.2. Nous commençons par l'étude de la psychologie
 - 1.1.3. La science en évolution. Changements historiques et paradigmatiques
 - 1.1.4. Paradigmes et étapes en psychologie
 - 1.1.5. Sciences cognitives
- 1.2. Psychologie sociale
 - 1.2.1. Introduction
 - 1.2.2. Se lancer dans l'étude de la psychologie sociale: l'influence
 - 1.2.3. Empathie, altruisme et comportement d'aide
- 1.3. Cognition sociale
 - 1.3.1. Introduction
 - 1.3.2. Penser et savoir, besoins vitaux
 - 1.3.3. Cognition sociale
 - 1.3.4. Organiser l'information
 - 1.3.5. Pensée: prototypique ou catégorique
 - 1.3.6. Les erreurs que nous commettons en réfléchissant: les biais d'inférence
 - 1.3.7. Traitement automatique de l'information
- 1.4. Psychologie de la personnalité
 - 1.4.1. Introduction
 - 1.4.2. Qu'est-ce que le soi? Identité et personnalité
 - 1.4.3. Conscience de soi
 - 1.4.4. L'estime de soi
 - 1.4.5. Conscience de soi
 - 1.4.6. Les variables interpersonnelles dans la configuration de la personnalité
 - 1.4.7. Les variables macro-sociales dans la configuration de la personnalité
 - 1.4.8. Une nouvelle perspective dans l'étude de la personnalité. Personnalité narrative
- 1.5. Les émotions
 - 1.5.1. Introduction
 - 1.5.2. De quoi parle-t-on quand on est ému?
 - 1.5.3. La nature des émotions
 - 1.5.4. Émotions et personnalité
 - 1.5.5. D'un autre point de vue. Les émotions sociales



- 1.6. Psychologie de la communication. Persuasion et changement d'attitude
 - 1.6.1. Introduction
 - 1.6.2. Attitudes
 - 1.6.3. Modèles historiques dans l'étude de la communication persuasive
 - 1.6.4. Le modèle de vraisemblance d'élaboration (ELM)
 - 1.6.5. Processus de communication avec les médias
- 1.7. L'expéditeur
 - 1.7.1. Introduction
 - 1.7.2. La source de la communication persuasive
 - 1.7.3. Caractéristiques de la source. Crédibilité
 - 1.7.4. Caractéristiques de la source. Attractivité
 - 1.7.5. Caractéristiques de l'expéditeur. Puissance
 - 1.7.6. Les processus de la communication persuasive. Mécanismes basés sur la cognition primaire
 - 1.7.7. Nouveaux processus de communication. Mécanismes basés sur la cognition secondaire
- 1.8. Le message
 - 1.8.1. Introduction
 - 1.8.2. Nous commençons par examiner la composition du message
 - 1.8.3. Types de messages: messages rationnels et messages émotionnels
 - 1.8.4. Messages émotionnels et communication: les messages qui suscitent la peur
- 1.9. Le récepteur
 - 1.9.1. Introduction
 - 1.9.2. Le rôle du récepteur selon le modèle de probabilité d'élaboration
 - 1.9.3. Besoins et motivations du récepteur: leur impact sur le changement d'attitude
 - 1.9.4. Besoin d'estime et de communication
- 1.10. Nouvelles approches de l'étude de la communication
 - 1.10.1. Introduction
 - 1.10.2. Traitement non-conscient de l'information. Processus automatiques
 - 1.10.3. Mesure des processus automatiques dans la communication
 - 1.10.4. Premiers pas vers de nouveaux paradigmes
 - 1.10.5. Théories des systèmes à double traitement

Module 2. Récit audiovisuel

- 2.1. Récit audiovisuel
 - 2.1.1. Introduction
 - 2.1.2. Concepts fondamentaux de la narration audiovisuelle
 - 2.1.3. Une approche méthodologique
 - 2.1.4. Particularités du discours audiovisuel
 - 2.1.5. Langage audiovisuel
 - 2.1.6. L'image
 - 2.1.7. Le son
- 2.2. Le discours et les salles d'énonciation
 - 2.2.1. Introduction
 - 2.2.2. Les fonctions du récit
 - 2.2.3. La construction du texte narratif
 - 2.2.4. Les instances d'énonciation
 - 2.2.5. Typologies de narrateurs
 - 2.2.6. Focalisation
 - 2.2.7. Le narrateur
- 2.3. L'histoire et les axes de la narration
 - 2.3.1. Introduction
 - 2.3.2. L'histoire
 - 2.3.3. L'action narrative
 - 2.3.4. Le temps
 - 2.3.5. L'espace
 - 2.3.6. Le son
- 2.4. La construction du discours audiovisuel: le scénario
 - 2.4.1. Introduction
 - 2.4.2. Le scénario
 - 2.4.3. L'idée
 - 2.4.4. Les genres
 - 2.4.5. Personnages et dialogues
 - 2.4.6. Le scénario littéraire vs. Le scénario technique

- 2.5. Théorie et analyse du montage cinématographique
 - 2.5.1. Introduction
 - 2.5.2. Définition du montage
 - 2.5.3. Les unités de base du récit cinématographique
 - 2.5.4. Premières approches théoriques
 - 2.5.5. Types de montage
 - 2.5.6. L'assemblage invisible: le raccord. Glossaire sur le montage
- 2.6. La narration cinématographique: des origines au postmodernisme
 - 2.6.1. Introduction
 - 2.6.2. Les origines du cinéma
 - 2.6.3. Le cinéma des origines: articulation spatio-temporelle
 - 2.6.4. L'avant-garde et le cinéma
 - 2.6.5. Cinéma hollywoodien
 - 2.6.6. Le cinéma d'art et d'essai
 - 2.6.7. Cinéma contemporain
- 2.7. Le cinéma par ordinateur: des actualités aux documentaires
 - 2.7.1. Introduction
 - 2.7.2. Cinéma informatif
 - 2.7.3. Films d'actualités
 - 2.7.4. Le documentaire
 - 2.7.5. Films d'actualité de fiction
 - 2.7.6. La valeur des programmes d'information en tant que source historique
- 2.8. Le discours télévisuel: information et divertissement
 - 2.8.1. Introduction
 - 2.8.2. Le discours télévisuel
 - 2.8.3. Narratologie de l'information audiovisuelle
 - 2.8.4. Les genres de l'information audiovisuelle
 - 2.8.5. Le *infotainment*
 - 2.8.6. Programmes de divertissement
 - 2.8.7. Récits télévisés fictifs

- 2.9. Discours publicitaire audiovisuel: spots publicitaires, bandes-annonces et clips vidéo
 - 2.9.1. Introduction
 - 2.9.2. Le récit publicitaire dans les médias audiovisuels
- 2.10. Nouveaux médias et structures narratives à l'ère numérique
 - 2.10.1. Introduction
 - 2.10.2. Le paradigme numérique
 - 2.10.3. Les nouveaux médias du XXIe siècle
 - 2.10.4. Nouvelles pratiques médiatiques
 - 2.10.5. La condition post-médiatique

Module 3. Publicité Audiovisuelle

- 3.1. Introduction à la publicité audiovisuelle
 - 3.1.1. Qu'est-ce que la publicité audiovisuelle?
 - 3.1.2. Origine
 - 3.1.3. Les supports de la publicité audiovisuelle
- 3.2. Le spot publicitaire
 - 3.2.1. Qu'est-ce qu'un spot?
 - 3.2.2. Structure narrative d'un spot publicitaire
 - 3.2.3. Structure narrative d'un spot publicitaire
- 3.3. Équipement technique d'une production audiovisuelle I
 - 3.3.1. Équipes de production et de réalisation
 - 3.3.2. Fonctions des équipes de production et de réalisation
 - 3.3.3. Organigramme
- 3.4. Équipement technique d'une production audiovisuelle II
 - 3.4.1. Équipes techniques et artistiques
 - 3.4.2. Fonctions des équipes techniques et artistiques
 - 3.4.3. Organigramme
- 3.5. Préproduction I: de l'idée au scénario de tournage
 - 3.5.1. Processus créatif basé sur le briefing
 - 3.5.2. Scénario littéraire: exemple
 - 3.5.3. Scénario technique: exemple



- 3.6. Storyboard
 - 3.6.1. Storyboard interne
 - 3.6.2. Scénario de présentation
 - 3.6.3. Scénario de tournage
- 3.7. Le scénario technique: les styles de réalisation
 - 3.7.1. Le langage cinématographique
 - 3.7.2. Mise en scène
 - 3.7.3. Planification technique
- 3.8. Préproduction II: le plan de tournage et le budget
 - 3.8.1. La conception de l'éclairage
 - 3.8.2. La conception du son
 - 3.8.3. Protocole de tournage
 - 3.8.4. Budget
- 3.9. La production d'un spot publicitaire
 - 3.9.1. Qui est impliqué dans la production d'un spot?
 - 3.9.2. L'ordre de tournage
 - 3.9.3. Le tournage
- 3.10. Postproduction d'un spot publicitaire
 - 3.10.1. Le Montage
 - 3.10.2. Types de montage
 - 3.10.3. Post-production de l'image et du son



Une formation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs”

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 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.



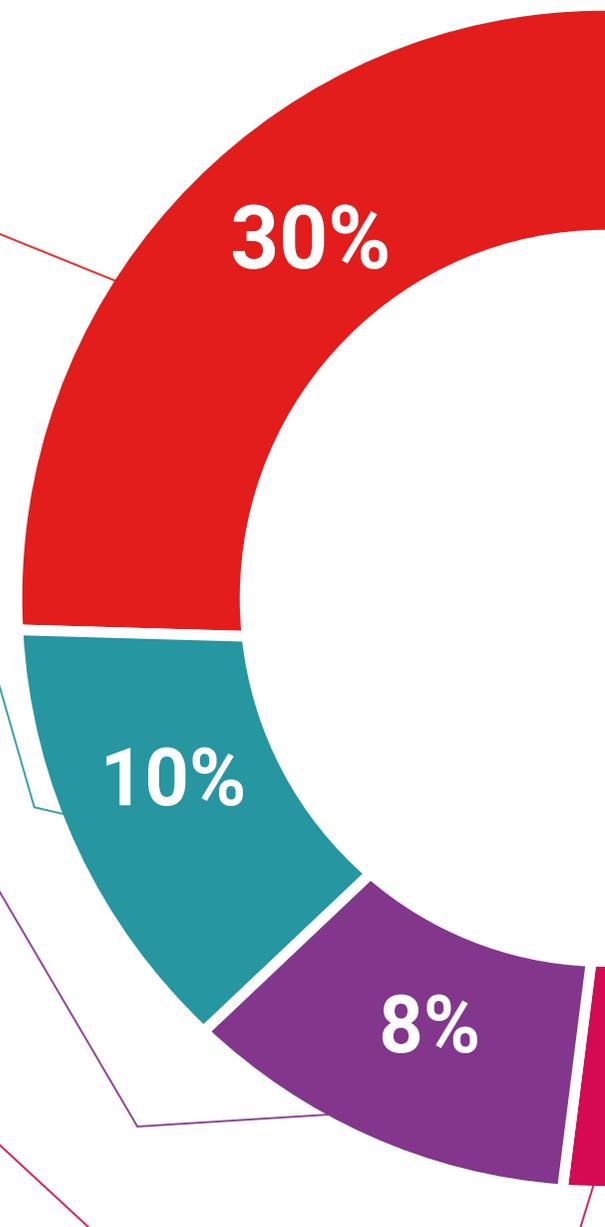
Pratiques en compétences et aptitudes

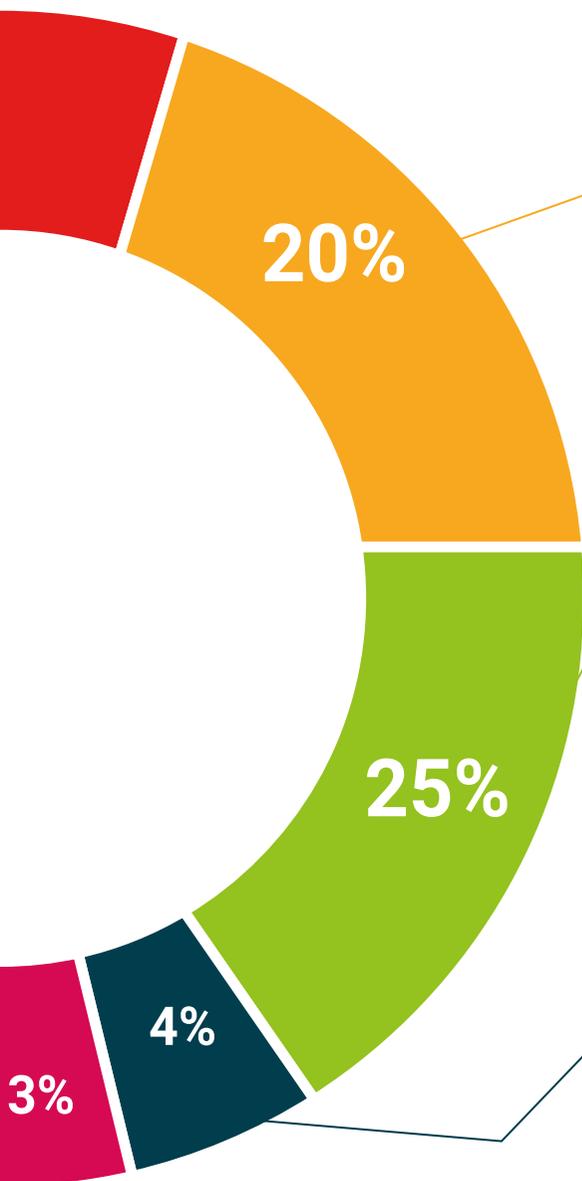
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



“

*Terminez ce programme avec succès
et obtenez votre diplôme universitaire
sans avoir à vous déplacer ou à
remplir des formalités administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Publicité Audiovisuelle** 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 Publicité Audiovisuelle**

N.° d'Heures Officielles: **450 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 Avancé

Publicité Audiovisuelle

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

Certificat Avancé

Publicité Audiovisuelle

