

# Certificat Avancé

## Social Media Branding



**tech** université  
technologique

## Certificat Avancé Social Media Branding

- » 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-social-media-branding](http://www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-social-media-branding)

# Accueil

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*

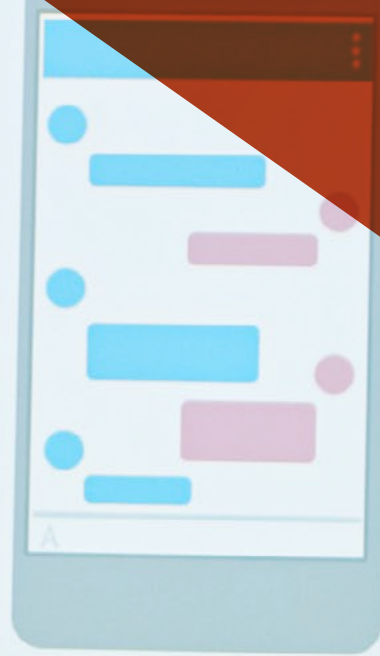
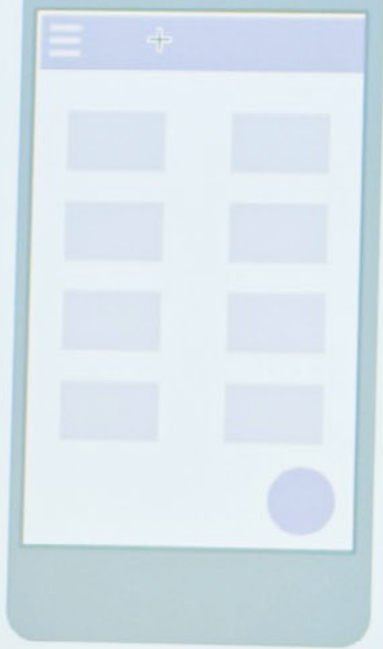
# 01

# Présentation

La présence numérique est devenue cruciale à l'ère actuelle, rendant nécessaire une stratégie de marque personnelle bien développée pour assurer la visibilité de la marque dans un paysage de plus en plus concurrentiel. Dans ce contexte, ce diplôme aborde la nécessité de créer une stratégie de marque personnelle dans le monde numérique, en se concentrant sur des réseaux tels qu'Instagram, Twitter, Facebook et TikTok. Ce programme couvre des points clés tels que la stratégie de visibilité et d'*Engagement* sur les plateformes sociales ou le Personal Branding sur LinkedIn. En outre, le diplôme est basé sur la méthodologie pédagogique du *Relearning*, qui favorise l'apprentissage autonome à travers une réitération ciblée des concepts, étant conçu 100% en ligne.



Fusce luctus, metus non  
mollis laoreet, nisi mi  
laoreet ex, non sceleris-  
que ipsum quam ac est.



uspendisse tempus sollicitudin mi, quis euismod sapien hendrerit vel.

Nam eu nisl sed nunc interdum bibendum. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.



*Améliorez votre profil en tant que communicateur en intégrant les dernières stratégies en Social Media Branding dans votre pratique quotidienne"*

De nos jours, la présence dans les médias sociaux est cruciale pour toute entreprise ou marque qui veut réussir sur le marché. Les réseaux sociaux sont un canal de communication avec des millions d'utilisateurs et de clients potentiels, et un outil fondamental pour construire l'image et la réputation d'une marque. C'est pourquoi la figure d'un expert en *Social Media Branding* devient de plus en plus nécessaire.

C'est pourquoi le Certificat Avancé en *Social Media Branding* est un programme académique spécialisé qui fournit aux journalistes et aux communicateurs les connaissances et les outils nécessaires pour concevoir et exécuter une stratégie de *Branding* efficace sur les réseaux sociaux. Ce programme est conçu pour les professionnels qui cherchent à améliorer leur profil professionnel et à acquérir des compétences dans la sphère numérique. Il couvre tous les aspects, depuis les concepts essentiels de la stratégie de *Branding* et du marketing sur les plateformes sociales jusqu'aux indicateurs de mesure des résultats. En fait, des exemples de réussite dans divers secteurs seront analysés.

Le plus intéressant est que ce programme est 100% en ligne, avec une méthodologie d'enseignement flexible et personnalisée qui s'adapte aux besoins de chaque étudiant. En effet, les étudiants intérioriseront plus rapidement chacun des concepts grâce au *Relearning* et pourront lancer leur carrière en accédant aux ressources pédagogiques à n'importe quel moment de la journée.

Ce **Certificat Avancé en Social Media Branding** 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 Social Media Branding
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ 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



*Démarquez-vous dans un secteur clé en maîtrisant tous les paramètres de mesure de la performance"*

“ *Concevoir les stratégies les plus avancées pour accroître la visibilité de votre marque* ”

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, 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 programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Améliorez vos compétences pour accroître l'Engagement en consultant des diagrammes interactifs dynamiques, des vidéos détaillées ou en faisant des exercices d'auto-évaluation.*

*Une qualification essentielle si vous souhaitez construire un puissant réseau de contacts sur LinkedIn.*



# 02

# Objectifs

Le Certificat Avancé en Social Media Branding permettra aux étudiants de développer des compétences essentielles pour construire et gérer la présence d'une marque sur les médias sociaux. À la fin du programme, le professionnel sera capable de développer une stratégie efficace de *Social Media Branding*, en générant un contenu de haute qualité qui représente les valeurs de la marque ou en interagissant avec les communautés en ligne. Le communicateur se distinguera ainsi dans la sphère numérique et pourra offrir une valeur ajoutée à sa société ou à son entreprise.





“

*Devenir une référence en matière de construction de marque à travers des réseaux tels qu'Instagram, Tiktok, Twitter ou Facebook"*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Identifier et définir les principaux éléments pour développer et gérer efficacement une marque personnelle
- ♦ Découvrir les éléments qui vous aideront à travailler sur l'identité de la marque personnelle et à atteindre la cohérence
- ♦ Travailler en profondeur sur les éléments stratégiques qui formeront la base des messages et du récit personnel
- ♦ Développer le message dans ses différentes formes rationnelles et émotionnelles
- ♦ Concevoir une stratégie de contenu en accord avec le personal branding
- ♦ Examiner les possibilités offertes par les principales plateformes sociales pour la conception de stratégies efficaces de personal branding
- ♦ Identifier les étapes du développement d'un plan stratégique de personal branding dans les médias sociaux, en établissant des objectifs et des KPI pour mesurer les résultats
- ♦ Analyser et définir les principaux éléments qui composent un profil LinkedIn optimisé, en élaborant des stratégies efficaces pour renforcer la présence numérique sur cette plateforme
- ♦ Déterminer comment aborder et améliorer le processus de création de contenu
- ♦ Étudier des exemples de réussite en matière de personal branding dans différents secteurs d'activité





## Objectifs spécifiques

### Module 1. Image de marque sur les médias sociaux. Stratégie de visibilité et d'engagement sur Instagram, Twitter, Facebook et TikTok

- ♦ Déterminer l'importance de l'image de marque personnelle sur les médias sociaux et la manière dont une présence numérique cohérente peut contribuer à stimuler une carrière
- ♦ Analyser le processus de création d'une stratégie de contenu qui reflète l'identité de la marque personnelle et établit un lien avec le public sur différentes plateformes de médias sociaux
- ♦ Identifier les différents objectifs qui peuvent être appliqués à l'image de marque personnelle dans les médias sociaux
- ♦ Justifier l'utilisation d'Instagram, de Facebook, de Twitter et de Tiktok pour le personal branding
- ♦ Identifier les bonnes pratiques sur ces plateformes sociales pour augmenter l'engagement et la visibilité du personal branding
- ♦ Examiner les variables d'analyse et de mesure des résultats offertes par chaque plateforme

### Module 2. Personal branding sur LinkedIn. Stratégies de visibilité et d'engagement sur LinkedIn

- ♦ Développer une stratégie efficace pour optimiser le profil LinkedIn afin de créer un profil solide, crédible et supérieur à la moyenne
- ♦ Identifier les types de contenu qui ont le plus d'impact sur le public de LinkedIn comme base pour créer un contenu précieux et pertinent afin de renforcer la réputation professionnelle
- ♦ Déterminer une stratégie de pilier de contenu comme base d'un calendrier éditorial de posts qui transmettent les connaissances, les histoires, les pensées et les messages qui concrétiseront le personal branding sur LinkedIn
- ♦ Examiner les techniques, les formats et les styles efficaces pour publier des articles sur LinkedIn

- ♦ Maîtriser les tactiques pour établir une communauté active et engagée sur LinkedIn grâce à l'utilisation de stratégies efficaces de connexion, d'interaction et de fidélisation
- ♦ Évaluer et analyser les performances de la stratégie LinkedIn, en contrôlant les indicateurs et en analysant l'activité et le comportement de l'audience, afin d'ajuster et d'améliorer la stratégie en temps réel

### Module 3. KPIs Impact du personal branding: métriques pour mesurer les résultats et histoires à succès multisectorielles

- ♦ Établir la relation entre l'influence personnelle et l'image de marque personnelle
- ♦ Identifier les bonnes pratiques en matière de personal branding
- ♦ Fixer des objectifs et des buts spécifiques pour améliorer l'impact et l'efficacité de l'image de marque personnelle
- ♦ Analyser la présence de l'image de marque personnelle dans différents médias et plateformes
- ♦ Examiner et évaluer les Indicateurs clés de performance afin d'améliorer la stratégie de personal branding



Atteignez vos objectifs et développez des stratégies efficaces pour optimiser votre profil LinkedIn"

# 03

## Direction de la formation

Le corps enseignant de cette opportunité académique est composé de spécialistes actifs ayant une vaste expérience dans le domaine du Social Media Branding. Chacun d'entre eux possède une expérience professionnelle exceptionnelle dans divers domaines, du développement de contenu à la gestion de communautés en ligne. Ainsi, les étudiants auront l'opportunité de se spécialiser avec des experts renommés du secteur et recevront des conseils pour perfectionner leurs compétences dans cette discipline.





“

*Il n'est pas trop tard pour s'inscrire et bénéficier des enseignements d'une équipe d'experts en Social Media Branding"*

## Direction



### Mme Vázquez Viaño, Laura María

- ♦ Directrice du Marketing et Stratégie Numérique à Torres y Carrera
- ♦ Directrice des Services à la Clientèle et *Chief Marketing Officer* chez Roi Scroll
- ♦ *Head of Social Media* et des relations publiques numériques chez Havas
- ♦ Consultant Senior en Communication et Médias Sociaux chez Best Relations
- ♦ Chargée de Clientèle Junior en Publicité et Relations Publiques - Noa Nogueira
- ♦ Chargée de cours à l'Université Européenne Miguel de Cervantes
- ♦ Chargée de cours à l'École International de Marketing
- ♦ Chargée de cours à l'Escola Superior de Relaciones Públicas de Barcelona
- ♦ Enseignant au IEBS
- ♦ Diplômé en Publicité et Relations Publiques. Double prix Extraordinaire de Fin d'Études de la Xunta de Galicia et de l'Université de Vigo
- ♦ Diplôme d'études supérieures en Search and Social Media Marketing de l'Université de Barcelone

## Professeurs

### Dr López Rodríguez, Carla

- ◆ Consultante internationale et formatrice en stratégie de marque personnelle
- ◆ Chargé de cours à l'Université de Vigo
- ◆ Chargé de cours à l'Université Unir
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université d'Alicante
- ◆ Licence en Communication Audiovisuelle de l'Université de Vigo
- ◆ Doctorat en Communication de l'Université de Vigo avec Mention internationale et Cum Laude
- ◆ Maîtrise en Gestion Stratégique et Innovation en Communication de l'Université de Malaga

### Mme Luque Díaz, Daniela

- ◆ Poste: Consultante en Marque Personnelle sur LinkedIn
- ◆ Coordinatrice de la Stratégie Marketing chez KIND APP en Suède
- ◆ Coordinatrice des programmes artistiques au sein du Département des Arts et des Sciences Humaines de l'Université de New York
- ◆ Gestion de la Stratégie Marketing pour la collection d'accessoires de mode de mode de la marque AITA
- ◆ Chef de projet / Marketing et Événements chez Top Gear Promotions à Dubaï
- ◆ Coordinateur des opérations pour Eurofragance à Dubaï
- ◆ Responsable du Développement Commercial chez Intercom Group à Barcelone
- ◆ Licence en Production Cinématographique et Télévisuelle à l'Université Nationale de Colombie
- ◆ Master en Entrepreneuriat et innovation au Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship de l'Université de Lund
- ◆ Master en Relations Publiques et Protocole de l'École de Commerce ESERP
- ◆ Master en *Retail Management* de détail de l'Université Autonome de Barcelone

# 04

## Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Social Media Branding a été conçu pour fournir aux professionnels les outils essentiels du social media Branding et leur donner une vision complète de son application dans l'environnement actuel. En ce sens, le diplôme est composé de plusieurs modules qui se concentrent sur les éléments stratégiques, la création de messages, la conceptualisation de contenu, l'optimisation du profil LinkedIn et la mesure des résultats. Le tout dans un cursus académique condensé en 450 heures.





“

*Inscrivez-vous dès maintenant pour accéder à la formation la plus récente et la plus complète sur le marché en matière de stratégie de Social Media Branding"*

**Module 1.** Image de marque sur les médias sociaux. Stratégie de visibilité et d'engagement sur Instagram, Twitter, Facebook et TikTok

- 1.1. *Social Media Branding*: Pertinence pour l'image de marque personnelle
  - 1.1.1. Rôle du personal branding dans les réseaux sociaux
  - 1.1.2. Plateformes de gestion en ligne: Haut-parleur de la marque personnelle
  - 1.1.3. Les piliers d'une bonne stratégie de marque personnelle numérique
- 1.2. L'approche stratégique comme base du *Social Media Branding*
  - 1.2.1. Le rôle de la recherche et de l'écoute active dans la stratégie de personal branding
  - 1.2.2. Analyse de la concurrence sur les réseaux sociaux
  - 1.2.3. Identifier le public cible pour la stratégie de personal branding
- 1.3. Social Media Branding
  - 1.3.1. Élaboration d'un plan de médias sociaux pour le personal branding
  - 1.3.2. Identifier les objectifs du personal branding dans les réseaux sociaux
  - 1.3.3. KPI pour analyser les résultats
- 1.4. Stratégies d'*engagement* et de visibilité pour le personal branding
  - 1.4.1. Écosystème en ligne: définition de la présence numérique et sélection des plateformes
  - 1.4.2. Facteurs d'*engagement* sur les réseaux sociaux
  - 1.4.3. Visibilité des médias sociaux et bonnes pratiques
- 1.5. Créer une présence numérique cohérente
  - 1.5.1. Créer une image de marque cohérente sur les médias sociaux: identité visuelle, ancrages verbaux et guides de style pour les médias sociaux
  - 1.5.2. Le message de la marque et le rôle du contenu dans la réussite de la stratégie
  - 1.5.3. Différenciation de la marque personnelle dans le monde numérique
- 1.6. Stratégie de contenu: créer une stratégie de contenu pour les médias sociaux qui reflète l'identité de la marque et établit un lien avec le public
  - 1.6.1. Processus de création de contenu pour les différentes plateformes de médias sociaux
  - 1.6.2. L'importance de la *storytelling* dans la stratégie de marque personnelle sur les médias sociaux
  - 1.6.3. Création d'un calendrier de publication pour maintenir une présence en ligne constante et cohérente
- 1.7. Utiliser Instagram pour le personal branding
  - 1.7.1. Pourquoi être sur Instagram: rapports et audiences
  - 1.7.2. Comprendre l'algorithme pour concevoir une stratégie de contenu sur Instagram
  - 1.7.3. Meilleures pratiques pour augmenter l'*engagement* et la visibilité
  - 1.7.4. KPIs Mesurer et analyser les résultats sur Instagram
- 1.8. Utiliser Facebook pour le personal branding
  - 1.8.1. Pourquoi être sur Facebook Rapports et audiences
  - 1.8.2. Comprendre l'algorithme pour concevoir une stratégie de contenu sur Facebook
  - 1.8.3. Meilleures pratiques pour augmenter l'*engagement* et la visibilité
  - 1.8.4. Mesure des indicateurs clés de performance. Analyser les résultats sur Facebook
- 1.9. Utiliser Twitter pour le Personal Branding
  - 1.9.1. Pourquoi être sur Twitter: rapports et audiences
  - 1.9.2. Meilleures pratiques pour augmenter l'*engagement* et la visibilité
  - 1.9.2. Meilleures pratiques pour accroître l'*engagement* et la visibilité
- 1.10. Utiliser Tiktok pour le personal branding
  - 1.10.1. Pourquoi être sur Tiktok: rapports et audiences
  - 1.10.2. Meilleures pratiques pour augmenter l'*engagement* et la visibilité
  - 1.10.3. KPIs Mesurer et analyser les résultats dans Tiktok

**Module 2. *Personal Branding* sur LinkedIn. Stratégies de Visibilité et d'engagement pour Construire une Marque Personnelle sur LinkedIn**

- 2.1. Renforcer le Profil de l'utilisateur sur LinkedIn
  - 2.1.1. Analyse d'un profil d'utilisateur LinkedIn
  - 2.1.2. Clarification des objectifs d'utilisation de LinkedIn
  - 2.1.3. Identification des points à améliorer dans le profil LinkedIn
- 2.2. Construire l'Audience des suiveurs LinkedIn
  - 2.2.1. Définir l'audience de LinkedIn
  - 2.2.2. Adapter le message à l'audience de LinkedIn
  - 2.2.3. Construire une audience à partir des publications sur LinkedIn
- 2.3. Communauté de référence sur LinkedIn
  - 2.3.1. Trouver des leaders de contenu sur LinkedIn
  - 2.3.2. Identifier d'autres membres de la communauté sur LinkedIn
  - 2.3.3. Interagir et collaborer avec d'autres membres de la communauté sur LinkedIn
- 2.4. Se connecter avec des utilisateurs actifs sur LinkedIn
  - 2.4.1. Importance de trouver des utilisateurs actifs sur LinkedIn
  - 2.4.2. Rédiger une invitation à se connecter sur LinkedIn
  - 2.4.3. Interagir avec de nouveaux contacts sur LinkedIn
- 2.5. Développer une stratégie de contenu solide grâce à des piliers thématiques
  - 2.5.1. Identifier et positionner les piliers thématiques
  - 2.5.2. Identification des piliers thématiques dans la stratégie
  - 2.5.3. Développer et soutenir les piliers thématiques dans le temps
- 2.6. Lier les piliers thématiques à l'histoire personnelle L'importance de l'émotion
  - 2.6.1. Identifier les histoires liées aux piliers thématiques qui renforcent la crédibilité et le potentiel viral
  - 2.6.2. Comment raconter des histoires efficaces sur LinkedIn
  - 2.6.3. Comment relier les histoires personnelles aux messages clés sur LinkedIn
  - 2.6.4. Créer une histoire personnelle transformationnelle pour un premier post sur LinkedIn
- 2.7. Générer un contenu percutant sur LinkedIn. Importance d'inspirer et d'enseigner
  - 2.7.1. Utilisation de données techniques ou scientifiques liées aux piliers thématiques pour créer du contenu éducatif
  - 2.7.2. Benchmarking: études de cas de créateurs de contenu viral sur LinkedIn utilisant ces techniques
  - 2.7.3. Traduire l'analyse en pratique
- 2.8. Préparer des posts pour LinkedIn
  - 2.8.1. Sélectionner le contenu et le format les plus prometteurs pour les posts LinkedIn
  - 2.8.2. Créer une variété de formats et de styles pour les posts LinkedIn
  - 2.8.3. Publication et suivi des premiers posts LinkedIn
- 2.9. Développer votre compte LinkedIn: followers et *engagement*
  - 2.9.1. Importance du suivi des followers sur LinkedIn
  - 2.9.2. Suivi de la croissance du nombre de followers sur LinkedIn
  - 2.9.3. Utiliser les données relatives aux followers sur LinkedIn
- 2.10. Évaluer et adapter la stratégie éditoriale
  - 2.10.1. Identifier les tendances et les modèles de comportement du public
  - 2.10.2. Renforcer les forces et les faiblesses pour améliorer la stratégie éditoriale
  - 2.10.3. Outils numériques pour une utilisation avancée de LinkedIn
  - 2.10.4. Utilisation optimale de LinkedIn comme instrument de renforcement du personal branding numérique

**Module 3.** KPIs Impact de la marque personnelle. Des indicateurs pour mesurer les résultats et des exemples de réussite multisectorielle

- 3.1. KPIs de l'image de marque personnelle: Application
  - 3.1.1. Définition et importance de l'établissement d'un KPIS
  - 3.1.2. Types d'KPI et d'indicateurs clés pour mesurer le succès du personal branding
  - 3.1.3. Le rôle de la vision et du positionnement de la marque personnelle dans les KPI
- 3.2. Choisir les bons indicateurs clés de performance pour mesurer le succès de votre marque personnelle
  - 3.2.1. Variables de sélection des KPI pertinents dans la stratégie de marque personnelle
  - 3.2.2. Identification des objectifs de personal branding: Définition des objectifs de personal branding afin de définir des KPI appropriés
  - 3.2.3. Hiérarchisation des KPI en fonction des objectifs et des buts fixés
- 3.3. Types d'indicateurs de performance clés tangibles pour le personal branding
  - 3.3.1. Analyse des KPI de proximité
  - 3.3.2. Analyse des KPI d'interaction
  - 3.3.3. Analyse des KPI de conversion
- 3.4. Types d'indicateurs clés de performance "intangibles" pour le Personal Branding
  - 3.4.1. Analyse des KPI de réputation
  - 3.4.2. Analyse des KPI d'influence
  - 3.4.3. Analyse des indicateurs clés de crédibilité
- 3.5. Personal branding dans l'influence
  - 3.5.1. La figure de l'influenceur. Types d'influenceurs
  - 3.5.2. Approche au marketing d'influenceurs
  - 3.5.3. Avantages, choix et indicateurs clés de performance
- 3.6. Interprétation des KPI: suivi, mesure et optimisation
  - 3.6.1. Suivi: mise en place d'un système de suivi et de mesure des KPI pour le personal branding
  - 3.6.2. Mesure Interprétation des données
  - 3.6.3. Optimisation: aspects à évaluer pour adapter la stratégie en fonction des KPI
  - 3.6.4. Recommandations finales





- 3.7. Étude de cas: personal branding chez les entrepreneurs et les professionnels indépendants
  - 3.7.1. Cas 1: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.7.2. Cas 2: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.7.3. Cas 3: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
- 3.8. Analyse de cas: personal branding sur les influenceurs
  - 3.8.1. Cas 1: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.8.2. Cas 2: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.8.3. Cas 3: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
- 3.9. Analyse de cas: personal branding chez les sportifs
  - 3.9.1. Cas 1: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.9.2. Cas 2: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.9.3. Cas 3: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
- 3.10. Analyse de cas: personal branding dans les professions libérales
  - 3.10.1. Cas 1: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.10.2. Cas 2: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques
  - 3.10.3. Cas 3: Présentation, analyse de la stratégie numérique et des bonnes pratiques

“

*Analysez des études de cas très intéressantes qui vous aideront à établir les clés d'une stratégie numérique optimale"*

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

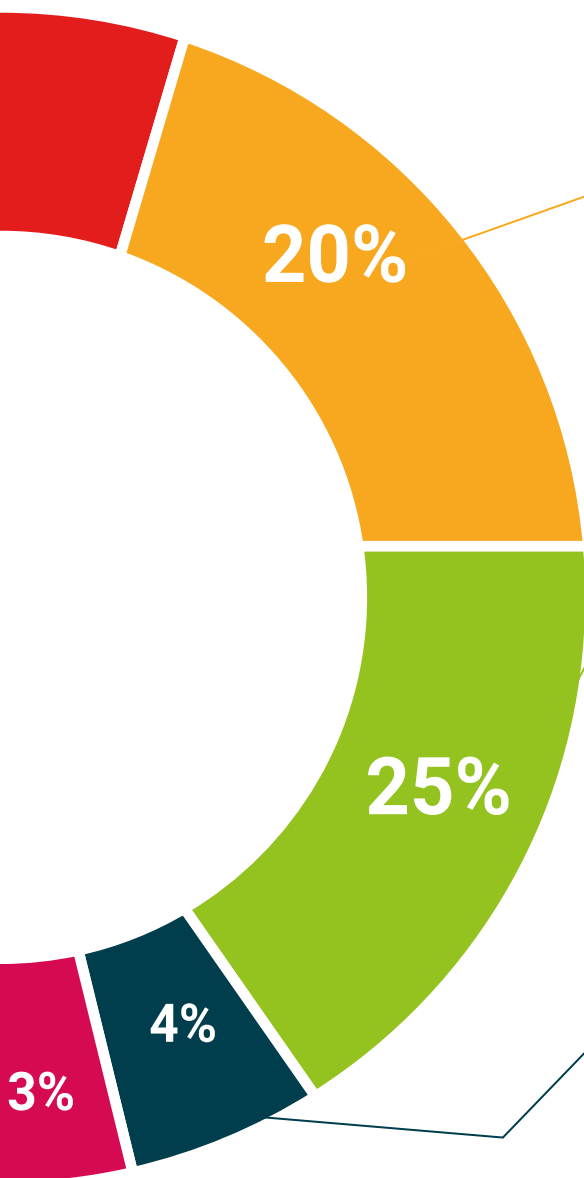
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 Social Media Branding 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 recevez votre diplôme sans avoir  
à vous soucier des déplacements ou  
des formalités administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Social Media Branding** 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 Social Media Branding**

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

Social Media Branding

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

# Certificat Avancé

## Social Media Branding

