

Certificat Avancé

Stratégies Créatives en Publicité





Certificat Avancé Stratégies Créatives en Publicité

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-strategies-creatives-publicite

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

Le monde de la publicité est en constante évolution et la créativité en est le moteur. Dans ce secteur en pleine expansion, il faut des professionnels qui maîtrisent les nouvelles technologies et s'adaptent aux besoins actuels du marché. C'est pourquoi ce programme apparaît comme une réponse complète aux exigences du secteur et aux défis actuels du domaine de la publicité, qui est à la recherche de stratégies commerciales nouvelles et efficaces. C'est pourquoi TECH lance cette qualification académique avec laquelle l'étudiant se plongera dans les clés de la créativité publicitaire, de l'optimisation des moteurs de recherche à la mise en œuvre efficace d'un plan de médias sociaux. De plus, grâce à son format 100% en ligne, le diplômé obtiendra un apprentissage flexible adapté à ses besoins.





“

Grâce à TECH, vous maîtriserez les stratégies publicitaires les plus efficaces dans les environnements numériques avec ce Certificat Avancé 100% en ligne"

Avec l'avancée des nouvelles technologies, la communication est devenue un processus stratégique dans la gestion des organisations. Dans cette optique, la publicité aide les entreprises à fidéliser leurs clients et à se différencier de leurs concurrents. Pour y parvenir, les professionnels du secteur doivent se réinventer et utiliser des techniques créatives pour capter l'intérêt des consommateurs.

C'est pourquoi TECH a conçu ce programme pour fournir aux étudiants les stratégies les plus efficaces. Ils développeront ainsi tout leur potentiel créatif et seront en mesure de concevoir des campagnes percutantes. À cette fin, le programme aborde à la fois les nouvelles méthodes et les moyens d'innover dans le domaine de la publicité. Il aborde également la création de contenus inspirants et la nécessité de mettre en œuvre efficacement un plan de médias sociaux. Il se penche également sur les nouveaux défis créatifs afin que les professionnels puissent trouver les bonnes tactiques pour y faire face de la meilleure façon possible.

L'itinéraire académique a une méthodologie 100% en ligne, de sorte que les étudiants peuvent entrer confortablement dans le programme. De cette façon, la seule chose dont ils auront besoin est un appareil avec accès à Internet pour étendre leurs connaissances et devenir un expert universitaire en Stratégies Créatives en Publicité. En ce sens, la formation offre à ses étudiants la méthodologie la plus avant-gardiste sur le marché aujourd'hui: le *Relearning*. Ce système d'enseignement est basé sur la répétition des contenus les plus importants afin de garantir un processus d'apprentissage naturel capable de perdurer dans la mémoire des étudiants.

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

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Créativité Publicitaire
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du cours fournit des informations gardistes et concrètes 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 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 le secteur de la publicité avec la méthodologie la plus avant-gardiste du marché: le Relearning"

“

Grâce à ce Certificat Avancé, vous utiliserez des techniques publicitaires innovantes pour relever avec succès les défis du secteur”

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.

Avec TECH, vous maîtriserez les principales techniques numériques pour stimuler la créativité et atteindre une plus grande portée.

Ce programme vous permettra de tirer le meilleur parti des réseaux sociaux tels que TikTok, X, Facebook et Instagram.



02

Objectifs

TECH lance un programme de pointe qui permettra aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour exceller dans les domaines de la communication et de la publicité. Pour ce faire, il fournit des ressources axées sur l'application de la créativité aux principales plateformes et réseaux sociaux, notamment TikTok, X et Instagram. Parallèlement, il analyse les nouvelles tendances dans le domaine de la publicité en mettant l'accent sur l'intégration de la réalité augmentée dans les publicités en tant que stratégie de différenciation.



“

Avec ce Certificat Avancé, vous appliquerez des techniques innovantes en matière de publicité qui garantiront le suivi et la fidélisation de l'audience"



Objectifs généraux

- ♦ Montrer la vision de la créativité en tant qu'agent collaboratif dans le développement de la communication
- ♦ Assimiler les connaissances théoriques/pratiques afin d'être en mesure d'exercer les fonctions créatives dans n'importe quelle perspective
- ♦ Utiliser des outils pour soutenir la créativité
- ♦ Améliorer les connaissances et les compétences professionnelles pour pouvoir réaliser l'intégration et l'exécution du travail dans un département créatif de tout type d'agence ou de département marketing
- ♦ Permettre au professionnel, grâce aux compétences nécessaires, d'améliorer la résolution des problèmes et de développer les compétences professionnelles essentielles
- ♦ Montrer la vision de la créativité en tant qu'agent collaboratif dans le développement de la communication
- ♦ Développer des actions et des initiatives qui améliorent les résultats créatifs, en collaboration avec les autres acteurs impliqués dans leur conception





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 les différents domaines professionnels
- ♦ Détailler les défis auxquels une personne créative doit faire face
- ♦ 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 d'un environnement changeant et compétitif
- ♦ Inviter à franchir les limites
- ♦ Aider à comprendre que chaque défi est une opportunité de grandir

Module 2. Créativité numérique

- ♦ Explorer comment les technologies numériques ont révolutionné la création de contenu et les stratégies de promotion dans l'environnement en ligne
- ♦ Faire la différence entre le marketing numérique et la publicité
- ♦ Examiner une variété de formats publicitaires en ligne, allant des bannières publicitaires aux publicités en réalité augmentée
- ♦ Approfondir la créativité en matière de marketing numérique, en examinant les stratégies clés
- ♦ Étudier le référencement en tant qu'outil essentiel pour améliorer la visibilité en ligne
- ♦ Progresser dans l'utilisation de l'e-mail comme outil de promotion, de fidélisation et d'automatisation des campagnes de marketing par e-mail

- ♦ Plonger dans le domaine des médias sociaux et des stratégies pour exploiter leur potentiel
- ♦ Analyser la collaboration avec les influenceurs et le renforcement de l'identité de la marque

Module 3. Créativité dans les réseaux sociaux

- ♦ Étudier la créativité sur différentes plateformes et médias
- ♦ Offrir une vision complète de la façon dont la créativité s'adapte à chacun des réseaux sociaux
- ♦ Apprendre les aspects techniques de l'utilisation
- ♦ Découvrir des conseils de créativité et des exemples inspirants
- ♦ Analyser la créativité dans les blogs et les newsletters



Avec TECH, vous maîtriserez les stratégies pour optimiser votre positionnement SEO et ainsi vous démarquer dans les moteurs de recherche"

03

Direction de la formation

Dans son engagement ferme à offrir le programme académique le plus actuel et le plus innovant, TECH a rassemblé de véritables professionnels du secteur de la publicité. Avec de nombreuses années d'expérience derrière eux, le personnel enseignant apporte une approche créative et innovante au processus publicitaire. C'est pourquoi cette formation fournit aux diplômés les stratégies les plus efficaces pour attirer l'attention des consommateurs. Pour ce faire, le corps enseignant met l'accent sur l'utilisation d'outils de pointe avec lesquels les étudiants feront un saut qualitatif dans leur carrière professionnelle.





“

Vous aurez accès au meilleur matériel didactique grâce à un corps enseignant hautement qualifié qui vous apportera une vision totalement novatrice de la publicité”

Direction



M. Labarta Vélez, Fernando

- ♦ Directeur Créatif chez El Factor H
- ♦ Directeur du Marketing à La Ibense
- ♦ Directeur Créatif des Événements chez Beon Worldwide
- ♦ Directeur de *Branded Content* chez Atrium Digital et Mettre Directeur Créatif au Groupe de Communication du Sud, BSB et FCA BMZ Cid
- ♦ Chargé de cours dans le cadre du Master en Gestion des Affaires et de la Communication Institutionnelle à l'Université de Séville
- ♦ Co-auteur du livre *"Comment créer une marque". Manuel d'utilisation et de gestion*

Professeurs

M. Caravaca, Pablo

- ♦ Directeur Artistique chez Z1
- ♦ Stage Manager chez Monkey Week SON Estrella Galicia
- ♦ Directeur Artistique Senior chez Ruiz Nicoli Líneas
- ♦ Directeur de Scène au Festival Meridiano Cero
- ♦ Directeur Artistique Senior à Arena Media Communications
- ♦ Professeur de cours de Technique d'Assistance au Design Graphique dans la Communauté de Madrid
- ♦ Licence en Sciences de la Communication
- ♦ Spécialisation en Publicité et Relations Publiques
- ♦ Cours Officiel de Design Web Professionnel d'Adobe, spécialisé dans le Design Web



04

Structure et contenu

Afin de garantir un apprentissage efficace, les ressources de ce Certificat Avancé sont supervisées par des experts du secteur de la publicité. Dans le même ordre d'idées, les enseignants ont créé des matériels qui se distinguent par le fait qu'ils contiennent les informations les plus récentes et les techniques les plus modernes permettant aux diplômés de développer leurs compétences. Pour ce faire, l'itinéraire académique est basé sur le système de Relearning. Grâce à cette méthodologie développée par TECH, les aspects les plus pertinents sont réitérés afin de stimuler la rétention de l'apprentissage.





“

Grâce aux ressources de TECH, vous deviendrez un expert créatif et pourrez gérer des équipes dans les entreprises les plus prestigieuses du secteur publicitaire"

Module 1. La créativité publicitaire

- 1.1. Qu'est-ce que la créativité
 - 1.1.1. Définitions
 - 1.1.2. Modèles créatifs en constante évolution. Émergence de nouvelles technologies, nécessité 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. Professions où la créativité est demandée
 - 1.1.5. Les personnes qui se sont distinguées par leur créativité exceptionnelle
- 1.2. Les meilleures conditions pour créer. L. génération d'idées
 - 1.2.1. 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. Les exigences de la créativité
 - 1.3.2. Stabilité
 - 1.3.3. La kryptonite du créatif
 - 1.3.4. Tomber amoureux du projet
 - 1.3.5. Bon ou mauvais créatif?
 - 1.3.6. La mémoire du créateur
- 1.4. Les défis du créatif pour le développement de stratégies innovantes
 - 1.4.1. Relations avec les clients: entreprises, personnes, organisations, territoires
 - 1.4.2. Relations avec les autres *stakeholders*: fournisseurs (photographes, planificateurs, diffuseurs, designers, etc.), collègues, directeurs d'agence, intelligence artificielle, etc.
 - 1.4.3. Relations avec les consommateurs
 - 1.4.4. L'importance de la constitution d'une 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'annonces. Créatives et non créatives
 - 1.6.1. Innovantes, génériques, imitations, etc.
 - 1.6.2. Différences entre les publicités originales
 - 1.6.3. Moyens d'attirer des 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. Développement d'un nouveau format
 - 1.8.3. La nécessité de mettre en œuvre de nouvelles technologies dans une publicité innovante
 - 1.8.4. L'arrivée de concurrents
 - 1.8.5. Le 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 médias
 - 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 décision
 - 1.10.5. Trouver le bon équilibre

Module 2. Créativité numérique

- 2.1. Qu'est-ce que la créativité numérique
 - 2.1.1. Les technologies numériques pour créer
 - 2.1.2. Les techniques numériques pour stimuler la créativité
 - 2.1.3. Conclusions
- 2.2. Différences entre la publicité numérique et le marketing numérique
 - 2.2.1. Description du marketing numérique
 - 2.2.2. Description de la publicité numérique
 - 2.2.3. Conclusions
- 2.3. Créativité dans la publicité numérique
 - 2.3.1. Banners
 - 2.3.2. Annonces de recherche (Ads)
 - 2.3.3. Annonces vidéo
 - 2.3.4. Annonces natives
 - 2.3.5. Annonces sur les médias sociaux
 - 2.3.6. Publicité *display*
 - 2.3.7. Annonces en réalité augmentée
 - 2.3.8. Annonces par courrier électronique
- 2.4. Créativité dans le marketing numérique
 - 2.4.1. Génération de contenu
 - 2.4.2. Pertinence et valeur
 - 2.4.3. Diversité des formats
 - 2.4.4. Positionnement en tant qu'expert
 - 2.4.5. Fréquence et cohérence
 - 2.4.6. Mesure des résultats
- 2.5. SEO (*Search Engine Optimization*)
 - 2.5.1. Optimisation des moteurs de recherche
 - 2.5.2. Mesures SEO
 - 2.5.3. Conclusions
- 2.6. Email Marketing
 - 2.6.1. Promotion des produits et services
 - 2.6.2. Nouvelles et informations pertinentes
 - 2.6.3. Suivi et fidélisation
 - 2.6.4. Automatisation

- 2.7. Marketing des médias sociaux
 - 2.7.1. Augmentation de la portée et de la visibilité
 - 2.7.2. Favoriser l'émergence d'une communauté
 - 2.7.3. Création d'un contenu inspirant
 - 2.7.4. Générer des prospects et des conversions
 - 2.7.5. Collaborer avec des influenceurs
 - 2.7.6. Retour d'information et amélioration
 - 2.7.7. Branding et autorité
- 2.8. Marketing d'affiliation
 - 2.8.1. Stratégies de ciblage
 - 2.8.2. Outils de recherche
 - 2.8.3. Comment appliquer la créativité
 - 2.8.4. Exemples
- 2.9. Marketing d'influenceurs
 - 2.9.1. Stratégies de ciblage
 - 2.9.2. Outils de recherche
 - 2.9.3. Comment appliquer la créativité
 - 2.9.4. Exemples
- 2.10. Plan pour les médias sociaux
 - 2.10.1. Structure et contenu de base
 - 2.10.2. Exemples créatifs
 - 2.10.3. Conclusions

Module 3. Créativité dans les réseaux sociaux

- 3.1. Créativité sur TikTok
 - 3.1.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.1.2. Comment être créatif sur TikTok
 - 3.1.3. Exemples
- 3.2. Créativité dans X
 - 3.2.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.2.2. Comment être créatif dans le X
 - 3.2.3. Exemples





- 3.3. Créativité sur Facebook
 - 3.3.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.3.2. Comment être créatif sur Facebook
 - 3.3.3. Exemples
- 3.4. Créativité sur Instagram
 - 3.4.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.4.2. Comment être créatif sur Instagram
 - 3.4.3. Exemples
- 3.5. Créativité sur LinkedIn
 - 3.5.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.5.2. Comment être créatif sur LinkedIn
 - 3.5.3. Exemples
- 3.6. Créativité sur YouTube
 - 3.6.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.6.2. Comment être créatif sur YouTube
 - 3.6.3. Exemples
- 3.7. Créativité sur Whatsapp
 - 3.7.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.7.2. Comment être créatif sur Whatsapp
 - 3.7.3. Exemples
- 3.8. Créativité pour les blogs
 - 3.8.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.8.2. Comment être créatif dans un blog
 - 3.8.3. Exemples
- 3.9. Créativité pour les newsletters
 - 3.9.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.9.2. Comment être créatif dans une lettre d'information
 - 3.9.3. Exemples
- 3.10. Créativité sur Wikipédia
 - 3.10.1. Aspects techniques de l'utilisation
 - 3.10.2. Comment être créatif sur Wikipédia
 - 3.10.3. Exemples

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.



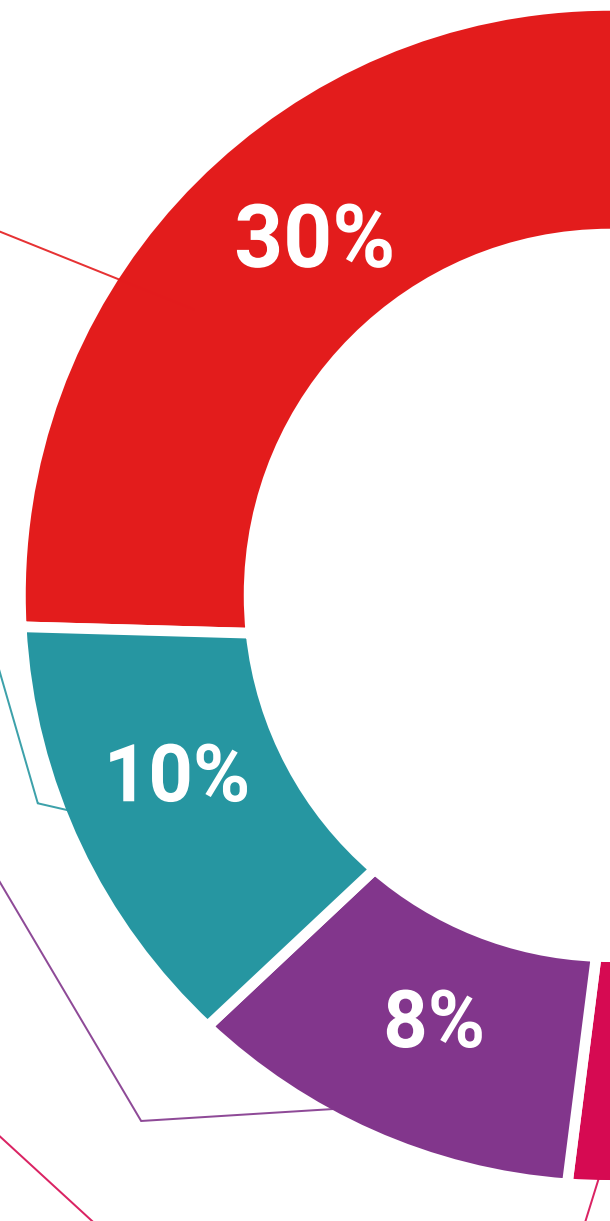
Pratiques en compétences et aptitudes

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 Stratégies Créatives en Publicité dans 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 Stratégies Créatives en Publicité** 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 Stratégies Créatives en Publicité**

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.

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
Stratégies Créatives
en Publicité

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

Certificat Avancé

Stratégies Créatives en Publicité