

Certificat Avancé

Créativité Publicitaire





Certificat Avancé Créativité Publicitaire

- » 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.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-creativite-publicitaire

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

Le programme de créativité publicitaire offre aux étudiants un aperçu détaillé de la pensée créative et de son application au domaine de la publicité et des relations publiques. Ainsi, grâce à cette formation, l'étudiant sera en mesure de comprendre et d'assimiler le processus créatif dans toute circonstance vitale, en accordant une attention particulière à la communication persuasive. De cette manière, l'étudiant sera en mesure d'acquérir les outils nécessaires pour gérer avec succès en tant que créatif publicitaire, en accédant à des postes pertinents dans le secteur dans lequel il pourra apporter toute sa valeur pour atteindre les objectifs fixés par l'entreprise.



SHARE

orem ipsum dolor sit amet consec
tur adipiscing elit sed do eiusmod.

02



CH

Lores
tetur



MEDIA COMMUNICATION



LIKE

Lorem ipsum dolor sit amet consec
tetur adipiscing elit sed do eiusmod.

01 

”

“

*Les créatifs publicitaires sont l'un des
profils professionnels les plus demandés
de nos jours, car leur travail aide les
entreprises à augmenter leurs revenus"*

AT

in ipsum dolor sit amet co
adipiscing elit se

00

La créativité est un aspect fondamental de la publicité, un secteur qui doit toujours innover pour transmettre efficacement son message au public. Par conséquent, la spécialisation des professionnels dans ce domaine revêt une grande importance dans la société actuelle, qui s'appuie de plus en plus sur la publicité, par le biais de différents médias, pour orienter ses actions commerciales.

Afin d'améliorer la qualification des professionnels dans ce domaine, TECH a conçu ce Certificat Avancé de grande qualité pédagogique, grâce auquel les étudiants acquerront une large perspective sur la rédaction de textes publicitaires et la possibilité de connaître l'objectif d'une publicité. Pour ce faire, une série de règles et d'avertissements seront abordés, l'objectif étant de rendre la rédaction efficace et professionnelle.

De même, TECH fournit un recueil de connaissances relatives à la rédaction de textes publicitaires, qui permettra à l'étudiant d'apprendre à appliquer et à analyser les particularités rédactionnelles de chacun des différents messages: lettres, brochures, annonces dans la presse, panneaux d'affichage, spots publicitaires, etc. A partir de là, l'étudiant sera en mesure d'intégrer les lignes directrices, les clés et les modèles de référence appris en matière de copywriting, aux médias et plateformes les plus actuels, Internet et les réseaux sociaux, en acquérant des compétences rédactionnelles et la capacité de développer l'imagination pour générer des idées originales dans n'importe quel format publicitaire.

Ce programme s'adresse tout particulièrement à ceux qui souhaitent devenir directeurs artistiques dans le domaine de la publicité. L'une des principales caractéristiques de ce profil professionnel est leur ambition d'améliorer constamment leur travail, de savoir, d'explorer les limites de la communication pour surprendre et attraper le récepteur de leur message, donc ce Certificat Avancé signifiera un plus de qualité dans leur formation, marquant un avant et un après dans leur façon de travailler.

Sans aucun doute, un programme qui fera date dans la formation des étudiants et qui, de plus, leur permettra d'étudier entièrement en ligne, ce qui est un avantage, surtout pour ceux qui doivent combiner leur temps d'étude avec le reste de leurs obligations quotidiennes. Cette modalité numérique est réalisée grâce à l'utilisation de méthodologies d'enseignement absolument innovantes, qui facilitent l'étude et l'apprentissage.

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

- ♦ L'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
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Les banques de documentation complémentaire disponibles en permanence



Découvrez les principaux défis de la créativité publicitaire et développez les compétences nécessaires pour réussir dans ce domaine”

“

Si vous souhaitez accéder à des postes pertinents dans le domaine de la publicité, ce Certificat Avancé sera une qualification essentielle sur votre CV"

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 expérimentés dans différents environnements, qui développeront les connaissances théoriques de manière efficace, mais qui, surtout, mettront 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. Conçu par une équipe pluridisciplinaire d'experts en *Relearning*, 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 Certificat Avancé qui vous formera à travailler dans le secteur de la publicité, en développant votre côté le plus créatif.

TECH mise sur l'innovation technologique et l'enseignement numérique comme principale méthode d'apprentissage.



02

Objectifs

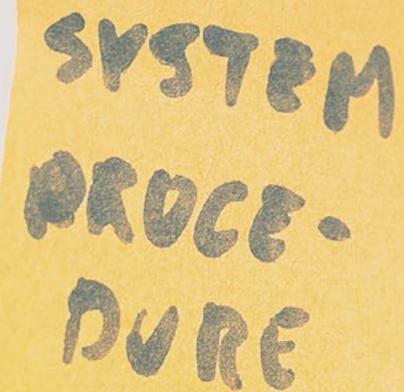
L'objectif principal de ce Certificat Avancé en Créativité Publicitaire de TECH est de fournir aux étudiants les outils nécessaires, à la fois techniques et personnels, qui seront essentiels pour leur développement professionnel dans le secteur de la publicité, leur permettant d'atteindre le niveau d'excellence exigé par les entreprises aujourd'hui. De cette façon, les étudiants acquerront une formation supérieure qui leur permettra de développer leurs compétences les plus créatives pour concevoir des messages publicitaires réussis.



STRATEGY



SELECT
COLOR



SYSTEM
PROCEDURE



“

Si la publicité vous passionne, ne manquez pas ce Certificat Avancé, dans lequel vous trouverez les clés pour développer votre côté le plus créatif”.



Objectif général

- ◆ Acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire adéquate en utilisant les outils les plus avancés



Un parcours de d'évolution professionnelle qui vous propulse vers une plus grande compétitivité sur le marché du travail"





Objectifs spécifiques

Module 1. Créativité dans la communication

- ♦ Connaître la structure et la transformation de la société actuelle en relation avec les éléments, les formes et les processus de la publicité et de la communication des relations publiques
- ♦ Encourager la créativité et la persuasion à travers différents médias et moyens de communication
- ♦ Connaître les éléments, les formes et les processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive
- ♦ Connaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques
- ♦ Connaissance des domaines de la publicité et des relations publiques ainsi que de leurs structures et processus organisationnels
- ♦ Identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle
- ♦ Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive

Module 2. Créativité de la publicité I: Rédaction

- ♦ Savoir utiliser les technologies et techniques de l'information et de la communication, dans les différents médias ou systèmes médiatiques combinés et interactifs
- ♦ Reconnaître les éléments, formes et processus des langages publicitaires et autres formes de communication persuasive
- ♦ Reconnaître les outils significatifs et appropriés pour l'étude de la publicité et des relations publiques

- ♦ Savoir analyser les éléments qui composent le message publicitaire: éléments graphiques, éléments audiovisuels et éléments musicaux et sonores
- ♦ Assumer le rôle créatif de rédacteur au sein d'une agence de publicité ou du service de publicité d'une entreprise ou d'une institution
- ♦ Être capable d'exercer le rôle professionnel de rédacteur au sein d'une agence de publicité ou d'un service de publicité d'une entreprise ou d'une institution

Module 3. Créativité publicitaire II: Direction artistique

- ♦ Comprendre la nature et le potentiel de communication des images et du design graphique
- ♦ Connaître le processus de création publicitaire
- ♦ Produire des pièces publicitaires en temps voulu selon les spécifications des différents genres de publicité et de relations publiques
- ♦ Avoir la capacité d'exercer le rôle professionnel 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 la production de la publicité audiovisuelle
- ♦ Encourager la créativité et la persuasion à travers différents médias et moyens de communication

03

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Créativité Publicitaire de TECH a un programme très bien structuré en unités didactiques qui facilitent l'apprentissage des étudiants. Ils pourront ainsi se mettre au diapason d'un secteur très compétitif qui exige des professionnels qualifiés et au fait des principales techniques du domaine. Un programme unique, tant par la qualité de son contenu que par celle de son corps enseignant.



“

Un parcours académique réussi à travers les concepts et les stratégies les plus innovants en matière de créativité publicitaire”

Module 1. La créativité dans la communication

- 1.1. Créer, c'est penser
 - 1.1.1. L'art de penser
 - 1.1.2. Pensée créative et créativité
 - 1.1.3. La pensée et le cerveau
 - 1.1.4. Les axes de recherche sur la créativité: systématisation
- 1.2. Nature du processus de création
 - 1.2.1. La nature de la créativité
 - 1.2.2. La notion de créativité: création et créativité
 - 1.2.3. La création d'idées au service de la communication persuasive
 - 1.2.4. La nature du processus créatif dans la publicité
- 1.3. Invention
 - 1.3.1. Évolution et analyse historique du processus de création
 - 1.3.2. Nature du canon classique de l'invention
 - 1.3.3. La vision classique de l'inspiration dans l'origine des idées
 - 1.3.4. Invention, inspiration, persuasion
- 1.4. Rhétorique et communication persuasive
 - 1.4.1. Rhétorique et publicité
 - 1.4.2. Les parties rhétoriques de la communication persuasive
 - 1.4.3. Figures rhétoriques
 - 1.4.4. Lois rhétoriques et fonctions rhétoriques du langage publicitaire
- 1.5. Comportement et personnalité créative
 - 1.5.1. La créativité comme caractéristique personnelle, comme produit et comme processus
 - 1.5.2. Comportement créatif et motivation
 - 1.5.3. Perception et pensée créative
 - 1.5.4. Les éléments de la créativité
- 1.6. Compétences et capacités créatives
 - 1.6.1. Systèmes de pensée et modèles d'intelligence créative
 - 1.6.2. Le modèle tridimensionnel de Guilford de la structure de l'intellect
 - 1.6.3. Interaction entre les facteurs et les capacités de l'intellect
 - 1.6.4. Compétences créatives
 - 1.6.5. Capacités créatives

- 1.7. Les phases du processus de création
 - 1.7.1. La créativité en tant que processus
 - 1.7.2. Les phases du processus de création
 - 1.7.3. Les phases du processus créatif dans la publicité
- 1.8. Résolution de problèmes
 - 1.8.1. Créativité et résolution de problèmes
 - 1.8.2. Blocs perceptuels et blocages émotionnels
 - 1.8.3. Méthodologie de l'invention: programmes et méthodes de création
- 1.9. Méthodes de pensée créative
 - 1.9.1. Le *brainstorming* comme modèle de création d'idées
 - 1.9.2. Pensée verticale et pensée latérale
- 1.10. Créativité et communication publicitaire
 - 1.10.1. Le processus de création comme produit spécifique de la communication publicitaire
 - 1.10.2. La nature du processus créatif dans la publicité: la créativité et le processus créatif dans la publicité
 - 1.10.3. Principes méthodologiques et effets de la création publicitaire
 - 1.10.4. Création publicitaire: du problème à la solution
 - 1.10.5. Créativité et communication persuasive

Module 2. Créativité publicitaire I: rédaction publicitaire

- 2.1. Concept de rédaction
 - 2.1.1. Rédiger et écrire
 - 2.1.2. Écrire et penser
 - 2.1.3. Rédaction et mise en ordre
- 2.2. Principes de base de la rédaction
 - 2.2.1. La correction
 - 2.2.2. Adaptation
 - 2.2.3. Efficacité
- 2.3. Caractéristiques de la rédaction
 - 2.3.1. Nominalisation
 - 2.3.2. Destructuration
 - 2.3.3. Concentration expressive

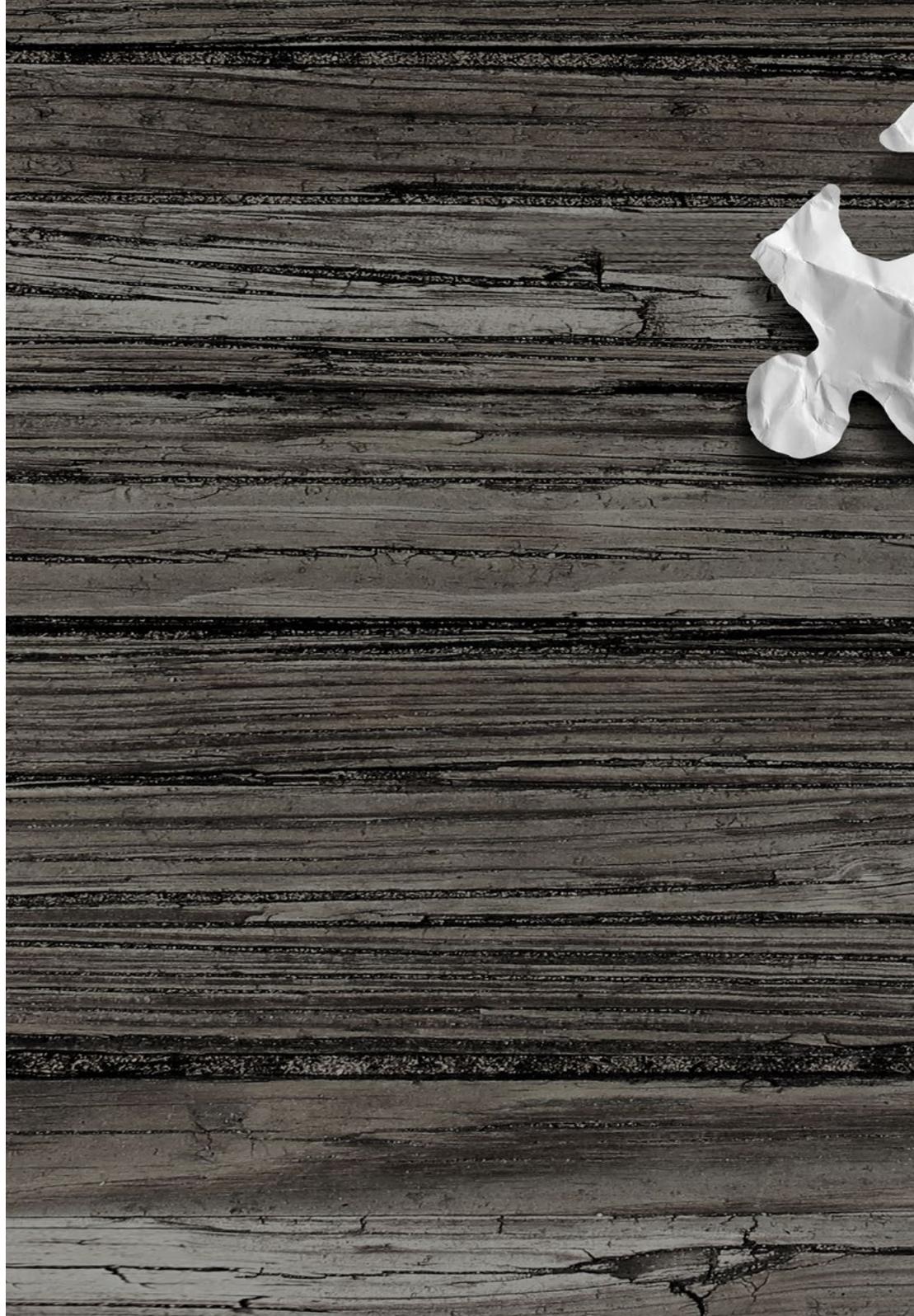


- 2.4. Texte et image
 - 2.4.1. Du texte à l'image
 - 2.4.2. Fonctions de texte
 - 2.4.3. Fonctions d'image
 - 2.4.4. Relations entre le texte et l'image
- 2.5. La marque et le slogan
 - 2.5.1. La marque
 - 2.5.2. Caractéristiques de la marque
 - 2.5.3. Slogans
- 2.6. Publicité directe
 - 2.6.1. La brochure
 - 2.6.2. Le catalogue
 - 2.6.3. Autres annexes
- 2.7. La publicité dans la presse: la publicité grand format
 - 2.7.1. Journaux et magazines
 - 2.7.2. Superstructure
 - 2.7.3. Caractéristiques formelles
 - 2.7.4. Caractéristiques éditoriales
- 2.8. Publicité dans la presse: autres formats
 - 2.8.1. Annonces de mots
 - 2.8.2. Superstructure
 - 2.8.3. La demande
 - 2.8.4. Superstructure
- 2.9. Publicité extérieure
 - 2.9.1. Formats
 - 2.9.2. Caractéristiques formelles
 - 2.9.3. Caractéristiques éditoriales
- 2.10. Publicité radio
 - 2.10.1. Le langage de la radio
 - 2.10.2. Le spot radio
 - 2.10.3. Superstructure
 - 2.10.4. Types de cales
 - 2.10.5. Caractéristiques formelles

- 2.11. Publicité audiovisuelle
 - 2.11.1. L'image
 - 2.11.2. Le texte
 - 2.11.3. Musique et effets sonores
 - 2.11.4. Formats publicitaires
 - 2.11.5. Le scénario
 - 2.11.6. Le *Story Board*

Module 3. Créativité publicitaire II: direction artistique

- 3.1. Sujets et objets du graphisme publicitaire
 - 3.1.1. Profils professionnels connexes
 - 3.1.2. Contexte académique et compétences
 - 3.1.3. Annonceur et agence
- 3.2. Direction créative et idée créative
 - 3.2.1. Processus créatif
 - 3.2.2. Types de processus créatifs
 - 3.2.3. Direction artistique et idée formelle
- 3.3. Le rôle du directeur artistique
 - 3.3.1. Qu'est-ce que la direction artistique?
 - 3.3.2. Comment fonctionne la direction artistique
 - 3.3.3. L'équipe créative
 - 3.3.4. Le rôle du directeur artistique
- 3.4. Principes fondamentaux du graphisme publicitaire
 - 3.4.1. Concepts et normes de conception
 - 3.4.2. Tendances et styles
 - 3.4.3. Pensée, processus et gestion du design
 - 3.4.4. Métaphore scientifique
- 3.5. Méthodologie du graphisme publicitaire
 - 3.5.1. Créativités graphiques
 - 3.5.2. Processus de conception
 - 3.5.3. Communication et esthétique



- 3.6. Stratégie graphique
 - 3.6.1. Formulaire d'appréhension
 - 3.6.2. Message graphique
 - 3.6.3. Condition esthétique
- 3.7. Architecture graphique
 - 3.7.1. Typométrie
 - 3.7.2. Espaces graphiques
 - 3.7.3. Réticule
 - 3.7.4. Règles de pagination
- 3.8. Arts finaux
 - 3.8.1. Arts finaux
 - 3.8.2. Processus
 - 3.8.3. Systèmes
- 3.9. Création de supports publicitaires graphiques
 - 3.9.1. Publigraphie
 - 3.9.2. Image visuelle de l'organisation (IVO)
- 3.10. Annonces graphiques
 - 3.10.1. *Packaging*
 - 3.10.2. Sites web
 - 3.10.3. Image de l'entreprise sur les sites web



*Une expérience éducative
unique, clé et décisive pour
stimuler votre développement
professionnel et sauter le pas”*

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

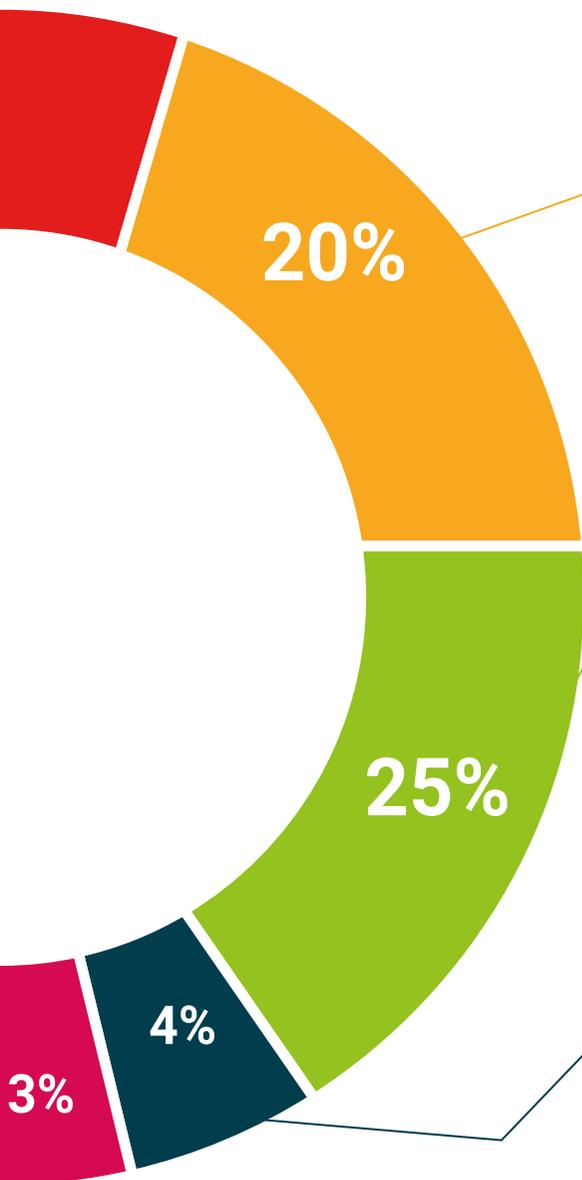
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



“

Intégrez dans votre formation un Certificat Avancé en Créativité Publicitaire: une valeur ajoutée de grande qualité pour tout professionnel de ce domaine"

Ce **Certificat Avancé en Créativité Publicitaire** 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 Créativité Publicitaire**

N.º d'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

Créativité Publicitaire

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

Certificat Avancé

Créativité Publicitaire

