

Certificat Avancé

Planification des  
Médias Publicitaires



Social Medias



## Certificat Avancé Planification des Médias Publicitaires

- » 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-planification-medias-publicitaires](http://www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-planification-medias-publicitaires)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Structure et contenu

---

*page 12*

04

Méthodologie

---

*page 18*

05

Diplôme

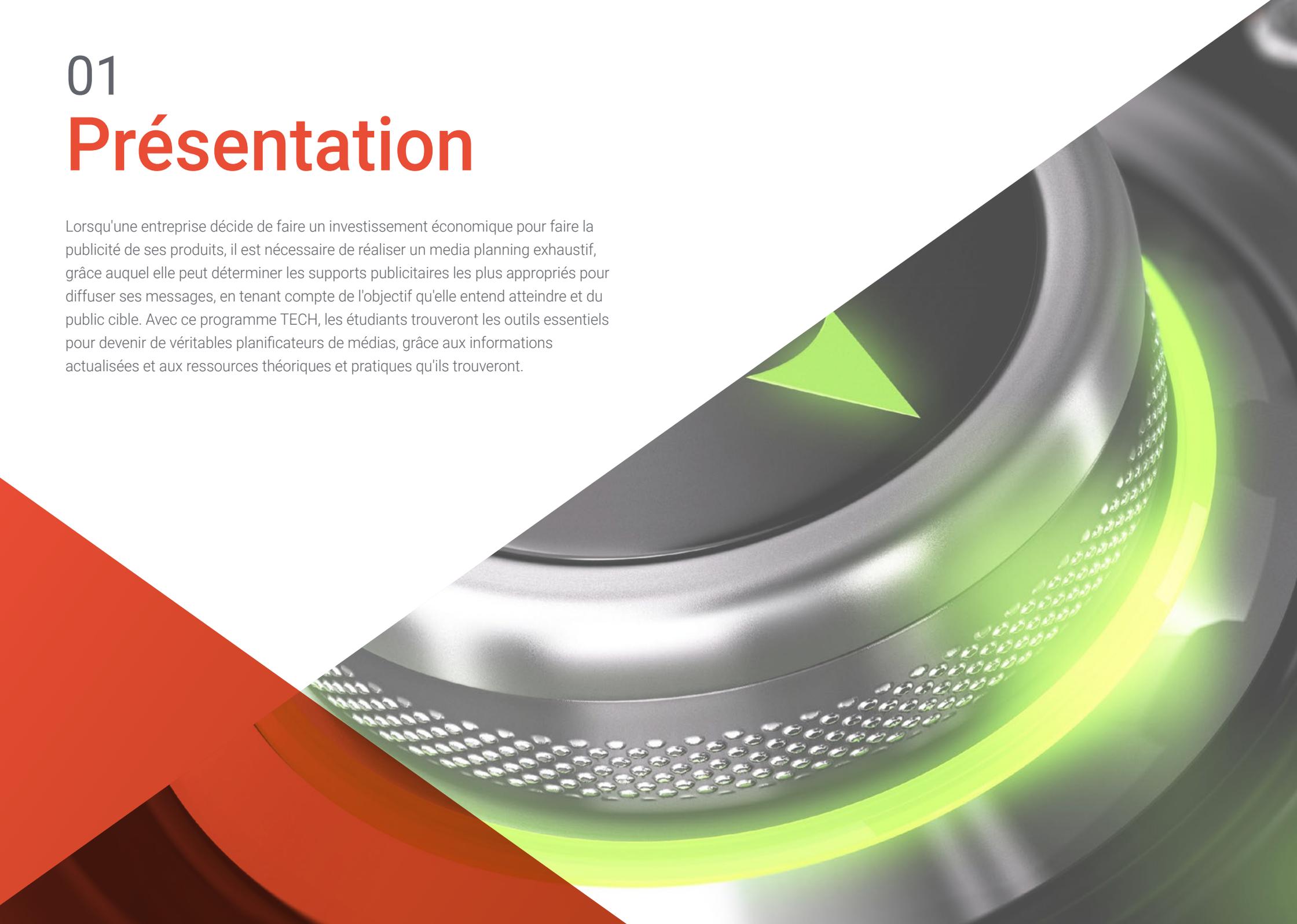
---

*page 26*

# 01

# Présentation

Lorsqu'une entreprise décide de faire un investissement économique pour faire la publicité de ses produits, il est nécessaire de réaliser un media planning exhaustif, grâce auquel elle peut déterminer les supports publicitaires les plus appropriés pour diffuser ses messages, en tenant compte de l'objectif qu'elle entend atteindre et du public cible. Avec ce programme TECH, les étudiants trouveront les outils essentiels pour devenir de véritables planificateurs de médias, grâce aux informations actualisées et aux ressources théoriques et pratiques qu'ils trouveront.



TELEVISION  
NEW

“

*Ce programme vous apprendra à choisir les supports publicitaires les plus appropriés pour mener des campagnes réussies pour votre entreprise”*

L'image de marque est l'un des facteurs considérés comme fondamentaux au sein des organisations. De nos jours, c'est l'un des éléments les plus importants dont disposent les entreprises pour faire comprendre à leur public qui elles sont, ce qu'elles font et en quoi elles se distinguent de la concurrence. L'obtention d'une image appropriée et compétitive passe par des campagnes publicitaires, mais pour ce faire, il est nécessaire de déterminer les médias dans lesquels les entreprises doivent mettre en œuvre ces campagnes. C'est la tâche fondamentale du planificateur de médias publicitaires de sélectionner les médias les plus appropriés, d'où la nécessité de se spécialiser dans des programmes tels que celui-ci. Plus précisément, ce programme TECH s'adresse aux professionnels du journalisme et de la communication, qui comprennent la nécessité d'actualiser leurs connaissances dans ce domaine afin d'être plus compétitifs.

Il convient de garder à l'esprit qu'aujourd'hui, Internet est le canal de communication le plus puissant qui existe et qu'il faut apprécier l'importance de l'utilisation de plus en plus répandue des "outils sociaux" sur Internet, qui offrent aux entreprises et aux utilisateurs de nouvelles façons de communiquer, de vendre, de participer et d'échanger des connaissances. Grâce aux réseaux sociaux, et de manière rapide, multidirectionnelle et proche, les entreprises qui vendent des produits ou des services peuvent les promouvoir, mais aussi analyser la manière dont ils sont perçus par les utilisateurs et répondre aux demandes, aux questions et aux requêtes de ces derniers concernant l'entreprise.

Dans cette sphère numérique, l'utilisation des réseaux sociaux, qui ont marqué une révolution dans la manière dont les organisations se rapportent les unes aux autres, est également fondamentale. Ce programme permettra aux étudiants d'apprendre le véritable potentiel des médias sociaux pour les entreprises, comment créer un plan stratégique et comment fonctionnent les plateformes et les outils les plus importants actuellement utilisés. En outre, grâce à ce programme, les étudiants acquerront des connaissances relatives à la réputation en ligne, aux blogs et à la figure du *Community Manager* en tant que responsable de la création d'une réputation maximale pour l'entreprise.

Un condensé de connaissances nécessaires à une planification adéquate des supports publicitaires qui marquera un avant et un après dans la formation des professionnels, en les aidant à accéder à des postes professionnels de haut niveau dans les départements de publicité des entreprises.

Ce **Certificat Avancé en Planification des Médias Publicitaires** 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'équipe d'enseignant et travaux 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



*Mettez à jour vos connaissances dans ce domaine et soyez plus efficace dans votre pratique quotidienne"*



*Un programme de haut niveau académique qui vous permettra d'ouvrir de nouvelles voies à votre progression professionnelle"*

Notre corps enseignant est composé de professionnels issus de différents domaines liés à cette spécialité. De cette manière, TECH est en mesure d'atteindre l'objectif d'actualisation académique qu'il marqué. Une équipe multidisciplinaire de professionnels qualifiés et expérimentés dans différents environnements, qui développeront efficacement les connaissances théoriques, mais surtout mettront au service des élèves 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 e-learning, il intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, l'élève pourra étudier avec une gamme d'outils multimédias polyvalents qui vous donneront l'opérabilité dont vous avez besoin.

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

*Un Certificat Avancé qui vous permettra de travailler avec succès dans la planification des supports publicitaires, avec la solvabilité d'un professionnel de haut niveau.*

*La méthodologie d'enseignement innovante de ce Certificat Avancé vous permettra d'apprendre de manière dynamique et efficace.*

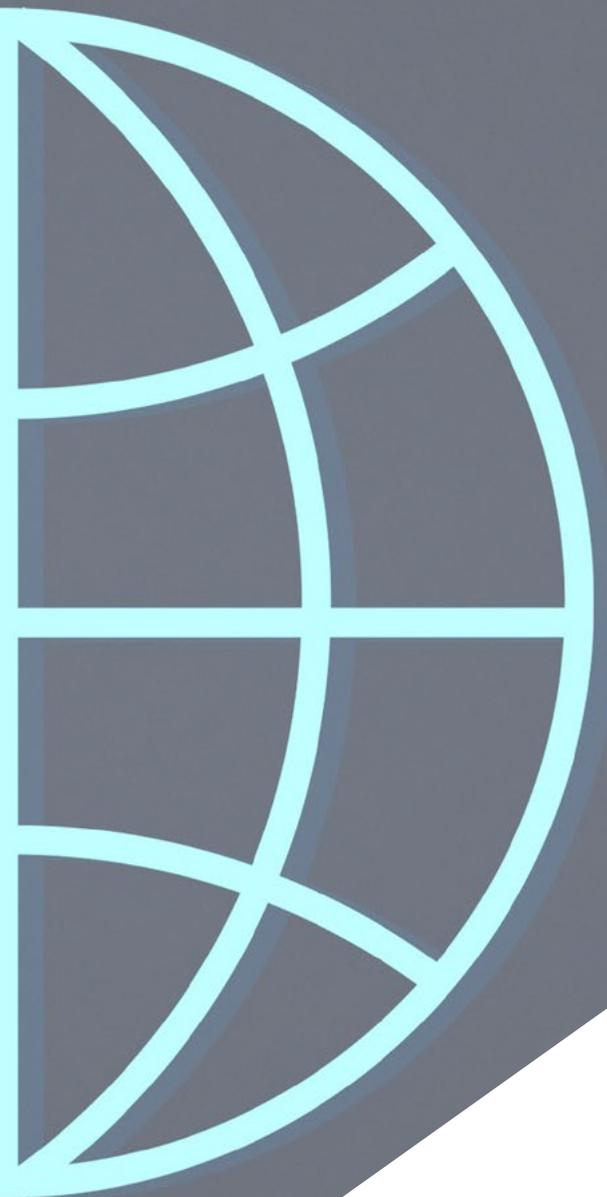


# 02

## Objectifs

L'objectif principal de ce Certificat Avancé est de former des professionnels hautement qualifiés pour l'expérience de travail, en leur fournissant les compétences nécessaires pour réussir dans ce domaine. Un objectif auquel s'ajoute, de manière globale, la promotion du développement humain qui jette les bases d'une société meilleure, en les aidant à accéder à un niveau de compétence et de contrôle beaucoup plus élevé. Un objectif que l'étudiant pourra atteindre en quelques mois seulement, grâce à un programme d'une grande intensité et d'une grande précision.





“

*Si vous souhaitez élargir votre formation en planification des médias publicitaires, ce Certificat Avancé vous aidera à y parvenir de manière confortable"*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire appropriée en utilisant les outils numériques les plus avancés
- ♦ Pouvoir effectuer une planification adéquate des supports publicitaires, afin de déterminer les supports à utiliser dans l'entreprise



*Une occasion unique d'accroître votre employabilité sur le marché du travail"*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Identité d'entreprise

- ♦ Connaître les principes fondamentaux de la publicité et les agents qui participent au processus de création publicitaire
- ♦ Reconnaître et identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité, ainsi que les principales fonctions et exigences qu'ils doivent remplir pour leur développement professionnel
- ♦ Gérer la communication institutionnelle en toutes circonstances même dans les épisodes de crise où le message est aligné sur les intérêts des différentes parties prenantes *stakeholders*
- ♦ Gérer la communication de tout événement lié à la communication d'entreprise
- ♦ Créer l'image de marque de toute entité à partir de n'importe lequel de ses attributs

### Module 2. Réseaux sociaux et *community management*

- ♦ Permettre à l'étudiant de comprendre l'importance d'Internet dans la recherche et la gestion de l'information dans le domaine de la publicité et des relations publiques, en l'appliquant à des cas spécifiques
- ♦ Avoir la capacité d'analyser, traiter, interpréter, élaborer et structurer la communication numérique
- ♦ Former l'étudiant à analyser et d'optimiser l'utilisation des nouveaux canaux de communication et des stratégies des médias numériques par le professionnel de la publicité et des relations publiques
- ♦ Comprendre l'importance des médias sociaux et de e-mobile en tant que révolution marketing et soutenir et utiliser ces outils pour atteindre les objectifs de publicité et de relations publiques

### Module 3. Planification des médias publicitaires

- ♦ Savoir appliquer les variables d'analyse de la planification des médias publicitaires
- ♦ Élaboration d'un plan média pour une agence de publicité ou un centre de médias
- ♦ Savoir gérer l'achat de médias et de supports publicitaires



*Prenez le temps de vous informer sur les derniers développements en matière de planification des médias publicitaires”*

# 03

## Structure et contenu

Ce programme complet de TECH Université Technologique amènera les étudiants aux plus hauts standards de qualité professionnelle et de succès dans le domaine de la planification des médias publicitaires, et il y parviendra grâce à un programme hautement mis à jour avec les principaux développements du secteur. Un programme très bien structuré qui permettra aux étudiants d'autogérer leurs études et de suivre un parcours académique intensif et fondamental pour leur future carrière.



“

*Un programme d'enseignement de haut niveau académique qui se distingue des autres offres sur le marché par son haut niveau d'actualisation et de qualité”*

## Module 1. Identité d'entreprise

- 1.1. Il était une fois la stratégie
  - 1.1.1. Histoire de la stratégie
  - 1.1.2. Application de la stratégie à d'autres disciplines sociales
  - 1.1.3. Reconnaissance scientifique de la stratégie
- 1.2. La pensée stratégique
  - 1.2.1. Dimension stratégique
  - 1.2.2. Qu'est-ce qu'un plan stratégique?
  - 1.2.3. Structure
- 1.3. Communication stratégique vs. Types de stratégies
  - 1.3.1. Caractéristiques de la communication stratégique
  - 1.3.2. Stratégies de communication
  - 1.3.3. Classes de stratégies
- 1.4. Exécution du processus de planification publicitaire
  - 1.4.1. Historique de la planification publicitaire
  - 1.4.2. Que fait un *planner*?
  - 1.4.3. Le planificateur dans le processus de travail de l'agence
  - 1.4.4. Gestion et planification des comptes
- 1.5. Modèle général de développement de travail
  - 1.5.1. Ordre de l'annonceur
  - 1.5.2. Processus stratégique
  - 1.5.3. Consultation stratégique
- 1.6. Moyens conventionnels
  - 1.6.1. Transition vers les environnements sociaux
  - 1.6.2. Médias hybrides
  - 1.6.3. Internet
  - 1.6.4. Affaire *Orbyt*
- 1.7. Planification des médias numériques
  - 1.7.1. Moment de la décision d'achat
  - 1.7.2. Positionnement sur le Web
  - 1.7.3. Formats
  - 1.7.4. Stratégies d'image de marque
  - 1.7.5. Mesure
  - 1.7.6. Commerce électronique et social



- 1.8. Plan stratégique en 7 étapes
    - 1.8.1. Analyse de la marque
    - 1.8.2. Identifier la *target*
    - 1.8.3. Définir des objectifs
    - 1.8.4. Identifier la proposition de valeur différentiel de la marque
    - 1.8.5. Choisir les canaux de communication
    - 1.8.6. Créer le calendrier de la campagne
    - 1.8.7. Analyse et mesure des résultats
  - 1.9. Avenir de la planification
    - 1.9.1. Passé
    - 1.9.2. Présent
    - 1.9.3. Futur
  - 1.10. Audience
    - 1.10.1. Plages horaires d'audience TV
    - 1.10.2. *Prime time* à la TV
    - 1.10.3. Gpr's
- Module 2. Identité d'Entreprise**
- 2.1. L'importance des images dans les entreprises
    - 2.1.1. Quel est le but de l'image de l'entreprise?
    - 2.1.2. Différences entre l'identité d'entreprise et l'image d'entreprise
    - 2.1.3. Où l'image de l'entreprise peut-elle se manifester?
    - 2.1.4. Situations de changement d'image de l'entreprise. Pourquoi obtenir une bonne image de marque?
  - 2.2. Techniques de recherche en matière d'image de marque
    - 2.2.1. Introduction
    - 2.2.2. L'étude de l'image de l'entreprise
    - 2.2.3. Techniques de recherche de l'image de l'entreprise
    - 2.2.4. Techniques qualitatives de recherche d'images
    - 2.2.5. Types de techniques quantitatives
  - 2.3. Audit et stratégie d'image
    - 2.3.1. Qu'est-ce que l'audit d'image?
    - 2.3.2. Directives
    - 2.3.3. Méthodologie d'audit
    - 2.3.4. Planification stratégique
  - 2.4. Culture d'entreprise
    - 2.4.1. Qu'est-ce que la culture d'entreprise?
    - 2.4.2. Facteurs impliqués dans la culture d'entreprise
    - 2.4.3. Fonctions de la culture d'entreprise
    - 2.4.4. Types de culture d'entreprise
  - 2.5. Responsabilité sociale des entreprises et réputation des entreprises
    - 2.5.1. RSE: concept et application en entreprise
    - 2.5.2. Lignes directrices pour l'intégration de la RSE dans les entreprises
    - 2.5.3. Communication de la RSE
    - 2.5.4. Réputation de l'entreprise
  - 2.6. Identité visuelle et le *Naming*
    - 2.6.1. Stratégies d'identité visuelle d'entreprise
    - 2.6.2. Éléments de base
    - 2.6.3. Principes de base
    - 2.6.4. Préparation du manuel
    - 2.6.5. Le *Naming*
  - 2.7. Image de marque et positionnement
    - 2.7.1. L'origine des marques
    - 2.7.2. Qu'est-ce qu'une marque?
    - 2.7.3. La nécessité de construire une marque
    - 2.7.4. Image de marque et positionnement
    - 2.7.5. La valeur des marques
  - 2.8. Gestion de l'image par la communication de crise
    - 2.8.1. Plan de communication stratégique
    - 2.8.2. Quand tout va mal: la communication de crise
    - 2.8.3. Cas

- 2.9. L'influence des promotions sur l'image de l'entreprise
  - 2.9.1. Le nouveau paysage du secteur de la publicité
  - 2.9.2. Marketing promotionnel
  - 2.9.3. Caractéristiques
  - 2.9.4. Dangers
  - 2.9.5. Types et techniques de promotion
- 2.10. Principaux réseaux sociaux II
  - 2.10.1. YouTube: le deuxième moteur de recherche le plus important sur Internet
  - 2.10.2. Principaux éléments
  - 2.10.3. Publicité
  - 2.10.4. YouTube Analytics
  - 2.10.5. Les Success Stories
  - 2.10.6. Instagram et Pinterest. Le pouvoir de l'image
  - 2.10.7. Instagram
  - 2.10.8. Les Success Stories
  - 2.10.9. Pinterest
- 2.11. Blogs et image de marque
  - 2.11.1. Définition
  - 2.11.2. Typologies
- 2.12. Outils pour le community manager
  - 2.12.1. Suivi et programmation. Hootsuite
  - 2.12.2. Outils spécifiques pour chaque réseau social
  - 2.12.3. Outils d'écoute active
  - 2.12.4. Outils de raccourcissement d'URL
  - 2.12.5. Outils pour la génération de contenu





### Module 3 Communication de Marketing Intégrée

- 3.1. Publicité *Below the Line*
- 3.2. Marketing direct et interactif
- 3.3. Techniques de marketing au point de vente
- 3.4. Importance des relations publiques
- 3.5. Tendances *Branded Entertainment Marketing*
- 3.6. Stratégie Communication numérique
- 3.7. Mesures de communication numérique
- 3.8. Importance des réseaux sociaux
- 3.9. Segmentation efficace et outils dans les réseaux sociaux
- 3.10. Avantages du Marketing Mobile

“

*Une expérience de formation  
unique, clé et décisive pour stimuler  
votre développement professionnel”*

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.

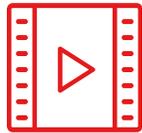
*Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.*

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.



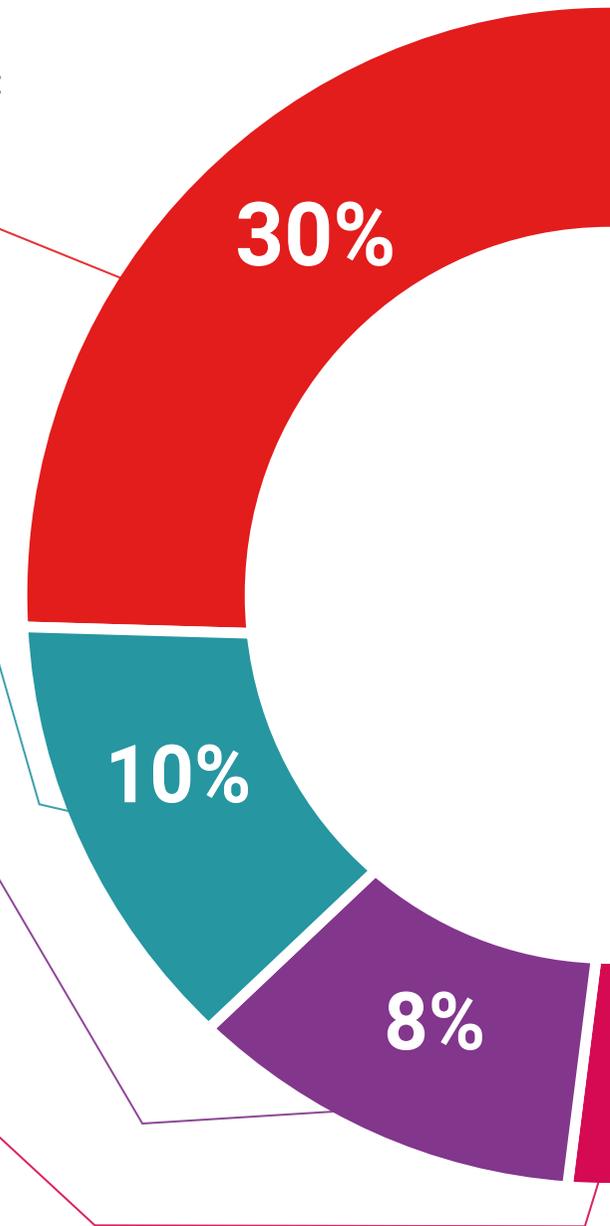
#### Pratiques en compétences et aptitudes

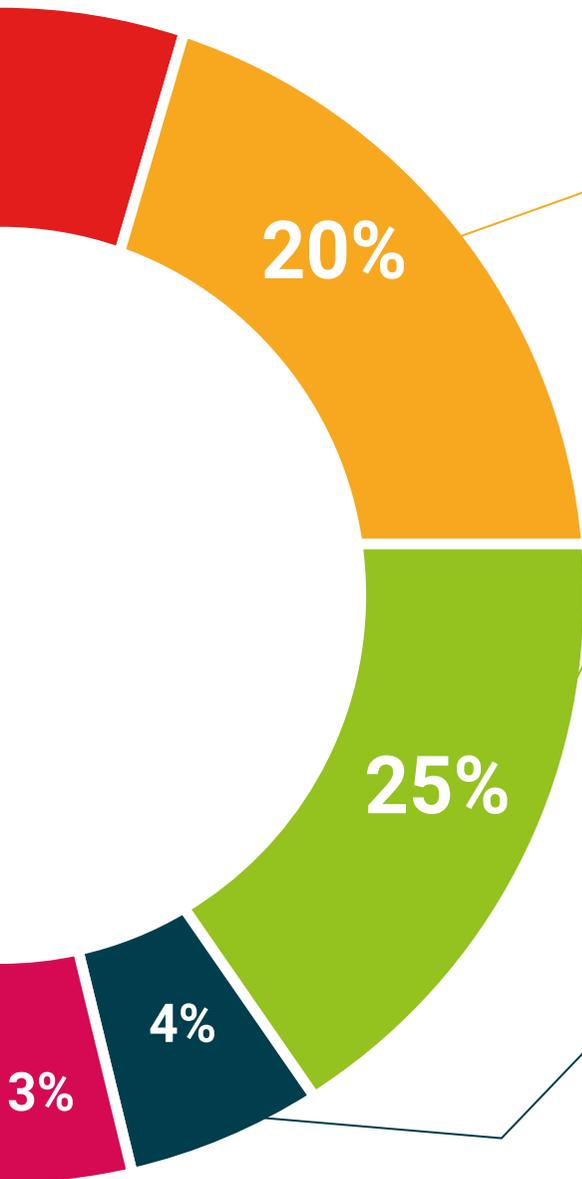
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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

Ce **Certificat Avancé en Planification des Médias Publicitaires** 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 Planification des Médias Publicitaires**

N.° 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.



**Certificat Avancé**  
Planification des  
Médias Publicitaires

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

Certificat Avancé

Planification des  
Médias Publicitaires