

Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas





Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/design/curso-especializacao/curso-especializacao-comunicacao-branding-industrias-criativas

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 24

06

Certificação

pág. 32

01

Apresentação

As indústrias criativas estão a crescer em número e, por conseguinte, a competitividade está a aumentar. A sua diferenciação deve centrar-se na qualidade dos seus produtos, mas, para o público, a criação de uma marca emblemática e que seja reconhecida pelos consumidores é essencial. Por isso, os designers que desejem assumir cargos de responsabilidade neste tipo de empresas devem estar conscientes de que a comunicação e o *Branding* devem constituir uma parte essencial da sua qualificação. Por esta razão, a TECH concebeu este Curso de Especialização, que será essencial para a sua futura carreira e para o desenvolvimento do seu sucesso neste campo.



“

Especialize-se em comunicação e branding em empresas criativas e torne-se um especialista capaz de criar uma marca apelativa para o público”

O *Branding* e a estratégia de comunicação são elementos fundamentais para qualquer empresa e ainda mais quando se trata de indústrias do setor criativo. Neste sentido, o *Branding* pode ser definido como o processo de construção de uma marca, enquanto a estratégia de comunicação é entendida como a escolha da(s) mensagem(ns) para atingir um objetivo específico. A sua importância é tanta que a qualificação superior dos profissionais neste ramo assume grande relevância. Por esta razão, a TECH concebeu este Curso de Especialização, que se centra na formação de designers capazes de liderar e gerir estes processos, incentivando à criatividade, à gestão de ideias e à implementação das melhores opções de acordo com os objetivos da empresa.

A capacitação aborda de forma intensiva o conceito de *Branding* e as suas principais estratégias. Assim, será definido o processo e todas as etapas que fazem de uma marca aquilo que ela é. A intenção é dar peso e mostrar todas as qualidades que a própria marca tem, para que o cliente possa conhecer os valores e a visão que a empresa tem e que servem para a diferenciar da concorrência. Além disso, a comunicação neste setor será abordada numa perspetiva global, que inclui o processo estratégico, a escolha dos públicos, o planeamento estratégico e os meios de *Marketing* mais adequados para a pôr em prática, entre outros aspetos de grande relevância neste campo.

Um Curso de Especialização 100% online que permitirá ao aluno distribuir o seu tempo de estudo, pois não estará condicionado a horários fixos nem à necessidade de se deslocar para outro local físico, tendo a possibilidade de aceder a todos os conteúdos a qualquer hora do dia, conciliando a sua vida profissional e pessoal com a vida académica.

Este **Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em direção e gestão de empresas criativas
- ◆ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e predominantemente práticos com que está concebido fornecem informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Os exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser efetuado a fim de melhorar a aprendizagem
- ◆ O seu foco especial em metodologias inovadoras em comunicação e *Branding* em empresas criativas
- ◆ As aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre temas controversos e atividades de reflexão individual
- ◆ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



Criar campanhas de comunicação bem sucedidas irá aumentar a notoriedade da sua marca e construir uma reputação em conformidade com os objetivos da sua empresa"

“

O futuro de qualquer empresa depende, em grande parte, das suas campanhas de comunicação e de branding, pelo que a sua especialização neste campo será uma mais-valia para o seu CV"

O seu corpo docente inclui profissionais da área do design, que trazem a sua experiência profissional para esta capacitação, bem como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional aprender de uma forma contextual e situada. Por outras palavras, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo programado para praticar em situações reais.

A conceção desta especialização foca-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do Curso de Especialização. Para tal, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Este Curso de Especialização tem uma metodologia de ensino inovadora, que permitirá aos alunos estudar de forma contextualizada, como se estivessem a lidar com situações reais.

A especialização mais completa sobre Comunicação e Branding em Indústrias Criativas, concebida para promover o seu crescimento pessoal e profissional.



02 Objetivos

O principal objetivo deste Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas da TECH é garantir que os designers adquiram as competências necessárias para colocar em prática todos os conceitos e estratégias que lhes permitirão dar a conhecer a sua marca, criando uma sinergia com o público que ajude a sua empresa a alcançar o sucesso no mercado. Este objetivo será, sem dúvida, alcançado com trabalho e dedicação, e constituirá o ponto de partida para o futuro profissional dos estudantes.





“

Construir uma marca de sucesso requer muito esforço e dedicação, mas também é necessário desenvolver as competências corretas. A TECH coloca à sua disposição este Curso de Especialização para o ajudar a alcançá-lo"



Objetivos gerais

- ◆ Oferecer conhecimentos úteis para a especialização dos estudantes, dotando-os de competências para o desenvolvimento e aplicação de ideias originais no seu trabalho pessoal e profissional
- ◆ Compreender como a criatividade e a inovação se tornaram os motores da economia
- ◆ Resolver problemas em cenários inovadores e em contextos interdisciplinares no âmbito da gestão da criatividade
- ◆ Integrar os próprios conhecimentos com os dos outros, fazendo juízos e raciocínios informados com base nas informações disponíveis em cada caso
- ◆ Saber como gerir o processo de criação e implementação de ideias inovadoras sobre um determinado tema
- ◆ Adquirir conhecimentos específicos para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas
- ◆ Possuir as ferramentas necessárias para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que as indústrias criativas se estão a desenvolver e a transformar atualmente
- ◆ Adquirir as competências necessárias para desenvolver e evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de empreendedorismo
- ◆ Adquirir conhecimentos para gerir empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas
- ◆ Organizar e planear tarefas, tirando o máximo partido dos recursos disponíveis para lidar com as mesmas dentro de prazos precisos
- ◆ Utilizar novas tecnologias de informação e comunicação como instrumentos de formação e troca de experiências na área do estudo
- ◆ Desenvolver competências de comunicação, tanto escrita como oral, bem como competências de apresentação profissional eficazes na prática quotidiana
- ◆ Adquirir competências em estudos de mercado, visão estratégica, metodologias digitais e cocriação



Adquira as competências necessárias para gerir a comunicação empresarial da sua empresa"



Objetivos específicos

Módulo 1. Novas indústrias criativas

- ◆ Conhecer as novas indústrias criativas
- ◆ Conhecer de forma detalhada o peso das indústrias criativas a nível económico
- ◆ Aprofundar sobre as artes visuais e performativas
- ◆ Obter um conhecimento profundo do património histórico, natural e cultural

Módulo 2. *Creative Branding*: Comunicação e gestão de marcas criativas

- ◆ Compreender o processo de criação e evolução de uma marca
- ◆ Saber como criar a identidade gráfica da marca
- ◆ Conhecer as principais técnicas e ferramentas de comunicação
- ◆ Ser capaz de realizar o *Briefing* da empresa

Módulo 3. Novas estratégias de *Marketing* digital

- ◆ Aplicar ferramentas de *Marketing* digital, tendo em conta o público a que as mensagens vão chegar
- ◆ Realizar análises da Web que forneçam à empresa informações para saber como dirigir a sua estratégia publicitária
- ◆ Utilizar as redes sociais como ferramenta de *Marketing* e publicidade
- ◆ Aplicar ferramentas de *Inbound Marketing*

03

Direção do curso

A equipa docente deste Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas da TECH é constituída por profissionais com uma vasta experiência no setor, que compreendem a importância de capacitações de elevada qualidade para melhorar a qualificação dos designers neste campo. Desta forma, dedicaram todos os seus esforços para criar o plano de estudos mais completo do mercado atual, que será de grande utilidade para aqueles que desejem desenvolver-se profissionalmente no âmbito das empresas criativas.



“

*Professores de topo ensinar-lhe-ão as
chaves da Comunicação e Branding
em Indústrias Criativas”*

Diretor Convidado Internacional

S. Mark Young é um especialista de renome internacional que tem centrado a sua investigação na **indústria do entretenimento**. As suas descobertas receberam inúmeros prémios, incluindo o **Prémio pela Trajetória em Contabilidade e Gestão** de 2020, atribuído pela Associação Americana de Contabilidade (American Accounting Association). Recebeu também três prémios pelas suas **contribuições para a literatura académica** nestes domínios.

Um dos marcos mais notáveis da sua carreira foi a publicação do estudo *Narcisismo e Celebidades*, juntamente com o Dr. Drew Pinsky. Este texto compilou **dados diretos sobre personalidades famosas** do cinema e da televisão. Além disso, no artigo, que mais tarde se tornaria num livro best-seller, o especialista analisou os **comportamentos narcisistas** das estrelas de celuloide e a forma como estes se normalizaram nos meios de comunicação modernos. Ao mesmo tempo, abordou o **impacto destes comportamentos na juventude contemporânea**.

Ao longo da sua vida profissional, Young também se debruçou sobre a **organização** e o **foco da indústria cinematográfica**. Mais concretamente, investigou modelos de **previsão do êxito de bilheteira** dos grandes filmes. Contribuiu igualmente para a contabilidade baseada em atividades e para o design de sistemas de controlo. Em particular, é bem conhecida a sua influência na implementação de uma **gestão eficaz baseada no *Balanced Scorecard***.

O trabalho académico também marcou a sua vida profissional, tendo sido eleito para **liderar a Cátedra de Investigação George Bozanic e Holman G. Hurt em Negócios de Desportos de Entretenimento**. Também lecionou e participou em programas de estudo relacionados com a **Contabilidade**, o **Jornalismo** e a **Comunicação**. Paralelamente, os seus estudos de licenciatura e pós-graduação ligaram-no a prestigiadas universidades americanas, como a de Pittsburgh e do Ohio.



Doutor Young, S. Mark

- Diretor da Cátedra George Bozanic e Holman G. Hurt na USC Marshall, Los Angeles, EUA
- Historiador Oficial da Equipa Masculina de Ténis da Universidade do Sul da Califórnia
- Investigador académico especializado no desenvolvimento de modelos de previsão para a indústria cinematográfica
- Coautor do livro Narcisismo e Celebidades
- Doutoramento em Ciências da Contabilidade pela Universidade de Pittsburgh
- Mestrado em Contabilidade pela Ohio State University
- Licenciado em Ciências Económicas pelo Oberlin College
- Membro de: Centro para a Excelência de Ensino

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Direção



Doutora Marga Velar

- ◆ Gestor de *Marketing* Corporativo, SGN Group em Nova Iorque
- ◆ Direção no Forefashion Lab
- ◆ Professora no Centro Universitário Villanueva, ISEM *Fashion Business School* e Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra
- ◆ Doutoramento em Comunicação, Universidade Carlos III de Madrid
- ◆ Licenciatura em Comunicação Audiovisual com diploma em Comunicação e Gestão da Moda pelo Centro Universitário Villanueva, Universidade Complutense de Madrid
- ◆ MBA em Gestão de Empresas de Moda, ISEM *Fashion Business School*

Professores

Dra. Cristina Arroyo Villoria

- ◆ Parceira e Diretora de Projetos e Empreendedorismo, Fábrica de Indústrias Criativas
- ◆ Planeamento Estratégico, Desenvolvimento Empresarial e Estratégia de Comunicação e Comercialização
- ◆ Licenciatura em Ciências do Trabalho, Universidade de Valladolid
- ◆ Mestrado em Direção e Gestão de Recursos Humanos, Escola de Negócios de San Pablo CEU
- ◆ Mestrado em Tecnologia Educativa, Bureau Veritas *Business School*



“

Aproveite esta oportunidade para adquirir conhecimentos sobre os últimos desenvolvimentos na área e aplicá-los na sua atividade diária”

04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas da TECH inclui todas as informações específicas que os designers precisam de saber para se desenvolverem com sucesso neste setor. Desta forma, o conteúdo da capacitação apresenta uma abordagem de excelência das novas indústrias criativas, a comunicação de marcas criativas e o Marketing Digital. Um plano de estudos exaustivo que será indispensável para o futuro profissional dos estudantes.



...BLOG
...TO THE WORLD OF STYLE

12th MAR by Ingrid



...LE IS KNOWING YOURSELF

...what you buy. Style is what you do with it. Fashion changes,
...forever. Fashion is everyone, style is you.

11th MAR by Erika



I DON'T GIVE A ***
Be happy. It drives people crazy.

9th MAR by Mike



...ELF
...being yourself in a world
...se.



SHH
Life

“

Uma especialização de alta qualidade que marcará um antes e um depois na sua formação”

Módulo 1. Novas indústrias criativas

- 1.1. Novas indústrias criativas
 - 1.1.1. Da indústria cultural à indústria criativa
 - 1.1.2. As indústrias criativas de hoje
 - 1.1.3. Atividades e setores que compõem as indústrias criativas
- 1.2. O peso económico das indústrias criativas nos dias de hoje
 - 1.2.1. Contribuição
 - 1.2.2. Fatores de crescimento e mudança
 - 1.2.3. Panorama profissional nas indústrias criativas
- 1.3. Novo contexto global das indústrias criativas
 - 1.3.1. Visão geral das indústrias criativas no mundo
 - 1.3.2. Fontes de financiamento das indústrias criativas em cada país
 - 1.3.3. Casos práticos: modelos de gestão e políticas públicas
- 1.4. O património natural e cultural
 - 1.4.1. O património histórico e cultural
 - 1.4.2. Produtos derivados e serviços de museus, sítios arqueológicos, históricos e paisagens culturais
 - 1.4.3. Património cultural intangível
- 1.5. Artes visuais
 - 1.5.1. Artes plásticas
 - 1.5.2. Fotografia
 - 1.5.3. Artesanato
- 1.6. Artes performativas
 - 1.6.1. Teatro e dança
 - 1.6.2. Música e festivais
 - 1.6.3. Feiras e circos
- 1.7. Meios audiovisuais
 - 1.7.1. Filmes, televisão e conteúdo audiovisual
 - 1.7.2. Rádio, *Podcasts* e conteúdo de áudio
 - 1.7.3. Videojogos

- 1.8. Publicações atuais
 - 1.8.1. Literatura, ensaios e poesia
 - 1.8.2. Editores
 - 1.8.3. Imprensa
- 1.9. Serviços criativos
 - 1.9.1. Design e moda
 - 1.9.2. Arquitetura e paisagismo
 - 1.9.3. Publicidade
- 1.10. Ligações da economia criativa ou economia laranja
 - 1.10.1. Modelo de cascata – círculos concêntricos
 - 1.10.2. *Spillovers* criativos, de produção e de conhecimento
 - 1.10.3. Cultura ao serviço da economia criativa

Módulo 2. *Creative Branding*: Comunicação e gestão de marcas criativas

- 2.1. *Brands and Branding*
 - 2.1.1. As marcas
 - 2.1.2. Evolução do *Branding*
 - 2.1.3. Posicionamento, personalidade de marca, notoriedade
- 2.2. Construção da marca
 - 2.2.1. *Marketing Mix*
 - 2.2.2. Arquitetura da marca
 - 2.2.3. Identidade da marca
- 2.3. Expressão da marca
 - 2.3.1. Identidade gráfica
 - 2.3.2. Expressão visual
 - 2.3.3. Outros elementos que refletem a marca
- 2.4. Comunicação
 - 2.4.1. Abordagens
 - 2.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 2.4.3. Técnicas e ferramentas de comunicação



- 2.5. *Branded Content*
 - 2.5.1. Das marcas às plataformas de entretenimento
 - 2.5.2. O aumento do conteúdo de marca
 - 2.5.3. Estabelecer uma ligação com o público através de uma narrativa única
- 2.6. *Visual Storytelling*
 - 2.6.1. A análise da marca
 - 2.6.2. Conceitos criativos de publicidade
 - 2.6.3. A venda criativa
- 2.7. *Customer Experience*
 - 2.7.1. *Customer Experience* (CX)
 - 2.7.2. *Customer Journey*
 - 2.7.3. Alinhamento da marca e CX
- 2.8. Planeamento estratégico
 - 2.8.1. Objetivos
 - 2.8.2. Identificação de audiências e *Insights*
 - 2.8.3. Design da estratégia
- 2.9. *Performance*
 - 2.9.1. *O Briefing*
 - 2.9.2. Táticas
 - 2.9.3. Plano de produção
- 2.10. Avaliação
 - 2.10.1. O que avaliar?
 - 2.10.2. Como avaliar? (ferramentas de medição)
 - 2.10.3. Relatórios de resultados

Módulo 3. Novas estratégias de Marketing Digital

- 3.1. Tecnologia e audiências
 - 3.1.1. Estratégia digital e diferenças entre os tipos de utilizadores
 - 3.1.2. O público alvo, fatores de exclusão e gerações
 - 3.1.3. O *Ideal Customer Profile* (ICP) e a *Buyer persona*
- 3.2. Análise digital para diagnóstico
 - 3.2.1. Análise prévia à estratégia digital
 - 3.2.2. Momento 0
 - 3.2.3. KPIs e métricas, tipologias, classificação de acordo com metodologias
- 3.3. *E-entertainment*: o impacto do *E-commerce* na indústria do entretenimento
 - 3.3.1. *E-commerce*, tipologias e plataformas
 - 3.3.2. A importância do Web design: UX e UI
 - 3.3.3. Otimização do espaço online: requisitos mínimos
- 3.4. *Social Media e Influencer Marketing*
 - 3.4.1. Impacto e evolução do *Network Marketing*
 - 3.4.2. A persuasão, as chaves do conteúdo e as ações virais
 - 3.4.3. Planeamento de campanhas de *Social Marketing* e *Influencer Marketing*
- 3.5. *Mobile Marketing*
 - 3.5.1. Utilizador *Mobile*
 - 3.5.2. *Web Mobile* e Apps
 - 3.5.3. Ações de *Mobile Marketing*
- 3.6. Publicidade em ambientes online
 - 3.6.1. A publicidade nas redes sociais e os objetivos dos *Social Ads*
 - 3.6.2. O funil de conversão ou *Purchase Funnel*: categorias
 - 3.6.3. Plataformas de *Social Ads*



- 3.7. A metodologia de *Inbound Marketing*
 - 3.7.1. *Social Selling*, principais pilares e estratégia
 - 3.7.2. A plataforma CRM numa estratégia digital
 - 3.7.3. O *Inbound Marketing* ou *Marketing* : ações e SEO
- 3.8. Automação do *Marketing*
 - 3.8.1. *Email Marketing* e tipologia de *Emails*
 - 3.8.2. A automaização do *Email Marketing*, aplicações, plataformas e vantagens
 - 3.8.3. O surgimento do *Bot & Chatbot Marketing*: tipologia e plataformas
- 3.9. Ferramentas de gestão de dados
 - 3.9.1. CRM em estratégia digital, tipologias e aplicações, plataformas e tendências
 - 3.9.2. *Big Data*: *Big Data*, *Business Analytics* e *Business Intelligence*
 - 3.9.3. *Big Data*, Inteligência Artificial e *Data Science*
- 3.10. A medição da rentabilidade
 - 3.10.1. ROI: a definição de retorno do investimento e ROI vs. ROAS
 - 3.10.2. Otimização do ROI
 - 3.10.3. Principais métricas

“Aprofunde os seus conhecimentos na área da comunicação e branding e seja mais eficaz no seu trabalho diário”



05

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



Práticas de aptidões e competências

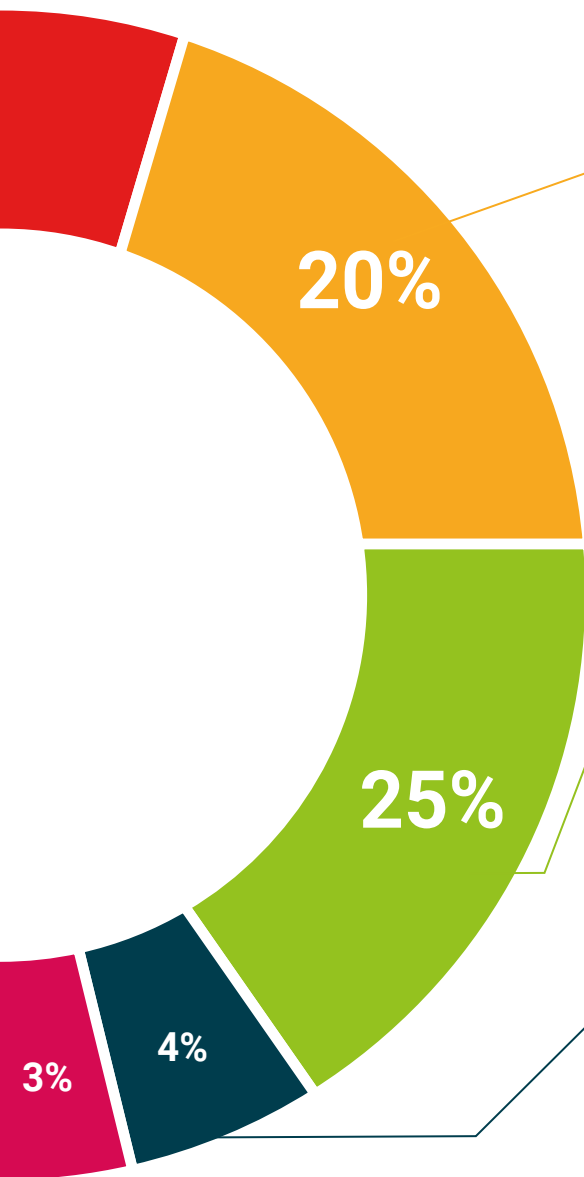
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



06

Certificação

O Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao **Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no **Curso**, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas**

ECTS: **18**

Carga horária: **450 horas**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sustentável

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas

