

Curso de Especialização Comunicação Publicitária





Curso de Especialização Comunicação Publicitária

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-comunicacao-publicitaria

Índice

01	Boas-vindas	pág. 4	02	Porquê estudar na TECH?	pág. 6	03	Porquê o nosso programa?	pág. 10	04	Objetivos	pág. 14
			05	Estrutura e conteúdo	pág. 20	06	Metodologia	pág. 28	07	Perfil dos nossos alunos	pág. 36
			08	Impacto para a sua carreira	pág. 40	09	Benefícios para a sua empresa	pág. 44	10	Certificação	pág. 48

01

Boas-vinda

A publicidade é uma grande fonte de atração para os consumidores, uma vez que, através das estratégias comunicativas mais persuasivas, consegue o nível de interesse necessário que incita as pessoas a consumir. Este Curso de Especialização oferece ao estudante uma visão global dos fundamentos do sistema publicitário, das características do processo criativo e da planificação, bem como dos efeitos sociais que este implica. Assim, o plano de estudos centra-se na criatividade na comunicação, oferecendo ao aluno uma visão geral do pensamento criativo e da sua aplicação no domínio da comunicação. Através deste percurso académico, o aluno será capaz de compreender e assimilar o processo de criação de uma campanha publicitária, prestando especial atenção à comunicação persuasiva, desenvolvendo assim a sua imaginação e despertando a atitude para gerar ideias originais em qualquer esfera comunicativa.



Curso de Especialização em Comunicação Publicitária,
TECH Universidade Tecnológica



“

Ao frequentar esta especialização da TECH, poderá tornar-se um especialista em Comunicação Publicitária, um dos perfis criativos mais procurados atualmente”

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos mais elevados padrões académicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma Universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudara alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“*Caso de Sucesso Microsoft Europa*” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95%

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04

Objetivos

Este Curso de Especialização foi concebido para que o estudante reforce as suas capacidades de liderança no domínio da Comunicação Publicitária, desenvolvendo novas competências e melhorando as suas capacidades de crescimento académico e profissional num ambiente altamente competitivo. Desta forma, a comunicação publicitária exige um perfil que saiba defender os interesses da marca cuja comunicação gere, sabendo compreender o público com o qual interage e o produto ou serviço que vende. Assim, após a conclusão da especialização, o profissional estará apto a tomar decisões acertadas com um enfoque global, numa perspetiva inovadora e com uma visão internacional.



“

Analisará os diferentes níveis e componentes que constituem o sistema linguístico, bem como os produtos discursivos que se enquadram nas diferentes tipologias textuais e elaborará copys de sucesso”

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos.
Trabalhamos em conjunto para os alcançar.

O Curso de Especialização em Comunicação Publicitária capacitará o aluno para:

01

Conhecer os campos da publicidade e das relações-públicas e os seus processos e estruturas organizacionais

04

Saber aplicar processos criativos ao campo da comunicação, especialmente no campo da publicidade e das relações-públicas

02

Identificar os perfis profissionais do publicitário e do profissional de relações-públicas, bem como as principais competências que lhes são exigidas na sua prática profissional



03

Identificar os princípios fundamentais da criatividade humana e a sua aplicação nas manifestações de comunicação persuasiva

05

Saber descrever a estrutura das agências de publicidade e identificar os processos e as estruturas organizacionais do processo de publicidade e de relações-públicas

06

Dominar os elementos, formas e processos das línguas publicitárias e outras formas de comunicação, utilizando o conhecimento da língua espanhola, analisando os diferentes níveis e componentes que compõem o sistema linguístico espanhol, bem como os produtos discursivos que fazem parte das diferentes tipologias textuais

08

Reconhecer a estrutura e transformação da sociedade atual em relação aos elementos, formas e processos da publicidade e da comunicação de relações-públicas

09

Permitir ao estudante fomentar a criatividade e persuasão através de diferentes suportes e dos diferentes meios de comunicação

07

Reconhecer os elementos, formas e processos das linguagens publicitárias e outras formas de comunicação persuasiva

10

Reconhecer instrumentos significativos e apropriados para o estudo da publicidade e das relações-públicas



11

Conhecer a estrutura e transformação da sociedade atual em relação aos elementos, formas e processos da comunicação publicitária e das relações-públicas

12

Conhecer as ferramentas significativas e apropriadas para o estudo da publicidade e das relações-públicas

13

Conhecer os campos da publicidade e das relações-públicas e os seus processos e estruturas organizacionais





14

Identificar os perfis profissionais do publicitário e do profissional de relações-públicas, bem como as principais competências que lhes são exigidas na sua prática profissional

15

Adquirir os conhecimentos necessários para comunicar adequadamente em todas as áreas, canais e redes, utilizando as linguagens adequadas a cada estilo de comunicação

05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Comunicação Publicitária compreende um plano de estudos completo estruturado em três módulos, cujo conteúdo foi preparado por especialistas do setor, para que o estudante seja introduzido em todos os conceitos da linguagem publicitária atual, adquirindo um conhecimento profundo do funcionamento do poder dos diferentes meios de comunicação utilizados. Desta forma, o profissional dominará os aspetos-chave que estruturam a comunicação, através de conteúdos de qualidade, para que o seu perfil se destaque num ambiente competitivo.



“

Exprima a sua criatividade! Este Curso de Especialização guia-o até à fronteira criativa da persuasão através de diferentes suportes e diferentes meios de comunicação”

Plano de estudos

O Curso de Especialização em Comunicação Publicitária da TECH Universidade Tecnológica é uma especialização intensiva que prepara o estudante para dominar a estrutura da comunicação centrada no domínio da publicidade.

O conteúdo do Curso de Especialização foi concebido para promover o desenvolvimento de competências de gestão que permitam ao estudante tomar decisões com maior rigor em ambientes de incerteza, enfrentando os desafios empresariais que podem surgir no campo comunicativo que a publicidade utiliza para posicionar um produto, serviço ou empresa.

Assim, ao longo de 450 horas de especialização, o aluno analisará uma multiplicidade de casos práticos através de um trabalho individual. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios, que vão posicionar o perfil do profissional.

Desta forma, o Curso de Especialização centra-se na estrutura da comunicação focada na criatividade da linguagem publicitária, apostando na utilização do léxico para vender uma ideia. Um plano de estudos concebido para especializar profissionais de negócios e orientá-los para este setor numa perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Por todas estas razões, esta especialização foi concebida para o estudante, orientada para o seu aperfeiçoamento profissional, preparando-o para alcançar a excelência no domínio da Comunicação Publicitária, com conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências e apoiados pela melhor metodologia educativa e por um corpo docente excepcional, que lhe proporcionará as competências necessárias para se desenvolver com sucesso neste contexto.

Este Curso de Especialização tem a duração de 6 meses e está dividido em 3 módulos:

Módulo 1

Teoria da publicidade

Módulo 2

Linguagem publicitária

Módulo 3

Criatividade na comunicação



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade aos seus alunos de desenvolver este Curso de Especialização em Comunicação Publicitária completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso a qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Aprofunde-se no estudo da cibersegurança e consiga prevenir os ciberataques na sua empresa.

Módulo 1. Teoria da publicidade

1.1. Fundamentos da publicidade

- 1.1.1. Introdução
- 1.1.2. Noções básicas de publicidade e Marketing
- 1.1.3. Publicidade, relações-públicas e propaganda
- 1.1.4. Dimensões e âmbito social da publicidade contemporânea
- 1.1.5. Publicidade bem-sucedida: KFC

1.2. História da publicidade

- 1.2.1. Introdução
- 1.2.2. Origem
- 1.2.3. A Revolução Industrial e a publicidade
- 1.2.4. O desenvolvimento da indústria publicitária
- 1.2.5. A publicidade no mundo da Internet
- 1.2.6. Publicidade bem-sucedida: um estudo de caso Coca-Cola

1.3. A publicidade e os seus protagonistas I: o anunciante

- 1.3.1. Introdução
- 1.3.2. O funcionamento da indústria publicitária
- 1.3.3. Tipos de anunciantes
- 1.3.4. Publicidade no organograma da empresa
- 1.3.5. Publicidade-bem sucedida: estudo de caso Facebook

1.4. A publicidade e os seus protagonistas II: as agências de publicidade

- 1.4.1. Introdução
- 1.4.2. A agência de publicidade: profissionais da comunicação publicitária
- 1.4.3. A estrutura organizacional das agências de publicidade
- 1.4.4. Tipos de agências de publicidade
- 1.4.5. Gestão de honorários nas agências de publicidade
- 1.4.6. Publicidade bem sucedida: Nike

1.5. A publicidade e os seus protagonistas III: o recetor de publicidade

- 1.5.1. Introdução
- 1.5.2. O recetor da publicidade e o seu contexto
- 1.5.3. O recetor da publicidade como consumidor
- 1.5.4. Necessidades e desejos em publicidade
- 1.5.5. Publicidade e memória: sobre a eficácia da publicidade
- 1.5.6. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso Ikea

1.6. O processo criativo publicitário I: do anunciante para os meios de comunicação

- 1.6.1. Introdução
- 1.6.2. Aspectos preliminares do processo criativo de publicidade
- 1.6.3. O briefing de publicidade ou briefing de comunicação
- 1.6.4. Estratégia criativa
- 1.6.5. Estratégia de meios

1.7. O processo criativo publicitário II: criatividade e publicidade

- 1.7.1. Introdução
- 1.7.2. Fundamentos do trabalho criativo publicitário
- 1.7.3. A criatividade publicitária e o seu estatuto comunicativo
- 1.7.4. Trabalho criativo em publicidade
- 1.7.5. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso Real Madrid

1.8. O processo criativo publicitário III: idealização e desenvolvimento do manifesto publicitário

- 1.8.1. Introdução
- 1.8.2. Conceção criativa e estratégia
- 1.8.3. O processo de conceção criativa
- 1.8.4. Os dez caminhos básicos da criatividade de acordo com Lluís Bassat: os géneros publicitários
- 1.8.5. Formatos publicitários
- 1.8.6. Publicidade bem-sucedida: McDonald's

1.9. Planeamento dos meios de comunicação publicitários

- 1.9.1. Introdução
- 1.9.2. Meios e planeamento
- 1.9.3. Meios publicitários e a sua classificação
- 1.9.4. Ferramentas de planificação de meios
- 1.9.5. Publicidade bem-sucedida: Pepsi

1.10. Publicidade, sociedade e cultura

- 1.10.1. Introdução
- 1.10.2. A relação entre publicidade e sociedade
- 1.10.3. Publicidade e emoções
- 1.10.4. Publicidade, assuntos e coisas
- 1.10.5. Publicidade bem-sucedida: Burger King

Módulo 2. Linguagem publicitária**2.1. Pensar e escrever: definição**

- 2.1.1. Definição de redação publicitária
- 2.1.2. Antecedentes históricos da redação publicitária e fases de profissionalização

2.2. Redação publicitária e criatividade

- 2.2.1. Condicionantes da redação publicitária
- 2.2.2. Competências linguísticas
- 2.2.3. Funções do redator publicitário
- 2.2.4. Definição das funções do redator publicitário

2.3. O princípio da coerência e da conceptualização da campanha

- 2.3.1. O princípio da unidade da campanha
- 2.3.2. A equipa criativa
- 2.3.3. O processo de conceptualização: criatividade oculta
- 2.3.4. O que é um conceito?
- 2.3.5. Aplicações do processo de conceptualização
- 2.3.6. O conceito publicitário
- 2.3.7. Utilidade e vantagens do conceito publicitário

2.4. Publicidade e retórica

- 2.4.1. Redação publicitária e retórica
- 2.4.2. Localização da retórica
- 2.4.3. As fases da retórica

2.5. Fundamentos e características da redação publicitária

- 2.5.1. A correção
- 2.5.2. A adaptação
- 2.5.3. A eficácia
- 2.5.4. Características da redação publicitária
- 2.5.5. Morfológicas: a nominalização
- 2.5.6. Sintáticas: a desestruturação
- 2.5.7. Gráficas: a pontuação enfática

2.6. Estratégias da argumentação

- 2.6.1. A descrição
- 2.6.2. O entimema
- 2.6.3. A narrativa
- 2.6.4. A intertextualidade

2.7. Estilo e características da redação publicitária

- 2.7.1. A extensão da frase
- 2.7.2. Os estilos
- 2.7.3. O slogan
- 2.7.4. Uma frase de origem bélica
- 2.7.5. As características do slogan
- 2.7.6. A elocução do slogan
- 2.7.7. As formas do slogan
- 2.7.8. As funções do slogan

2.8. Princípios da redação publicitária aplicada e o binómio Reason Why+USP

- 2.8.1. Rigor, clareza e precisão
- 2.8.2. Síntese e simplicidade
- 2.8.3. Condicionantes do texto publicitário
- 2.8.4. Aplicação do binómio Reason Why+USP

2.9. Redação publicitária em meios convencionais e não convencionais

- 2.9.1. A divisão *above-the-line/below-the-line*
- 2.9.2. Integração: ultrapassando a controvérsia ATL-BTL
- 2.9.3. Redação publicitária em televisão
- 2.9.4. Redação publicitária na rádio
- 2.9.5. Redação publicitária na imprensa
- 2.9.6. Redação em meios de comunicação exteriores
- 2.9.7. Redação publicitária em meios não convencionais
- 2.9.8. Redação publicitária em Marketing Direto
- 2.9.9. Redação publicitária em meios interativos

2.10. Critérios de avaliação do texto publicitário e de outros casos de redação

- 2.10.1. Modelos clássicos de análise publicitária
- 2.10.2. Impacto e relevância
- 2.10.3. A *check-list* do redator
- 2.10.4. Tradução e adaptação de textos publicitários
- 2.10.5. Novas tecnologias, novas linguagens
- 2.10.6. Escrever na Web 2.0
- 2.10.7. *Naming*, publicidade de guerrilha e outros casos de copywriting

Módulo 3. Criatividade na comunicação

3.1. Criar é pensar

- 3.1.1. A arte de pensar
- 3.1.2. Pensamento criativo e criatividade
- 3.1.3. Pensamento e cérebro
- 3.1.4. As linhas de investigação sobre a criatividade: sistematização

3.2. Natureza do processo criativo

- 3.2.1. Natureza da criatividade
- 3.2.2. A noção de criatividade: criação e criatividade
- 3.2.3. A criação de ideias ao serviço de uma comunicação persuasiva
- 3.2.4. Natureza do processo criativo em publicidade

3.3. A invenção

- 3.3.1. Evolução e análise histórica do processo de criação
- 3.3.2. Natureza do cânone clássico da invenção
- 3.3.3. A visão clássica da inspiração na origem das ideias
- 3.3.4. Invenção, inspiração e persuasão

3.4. Retórica e comunicação persuasiva

- 3.4.1. Retórica e publicidade
- 3.4.2. As partes retóricas da comunicação persuasiva
- 3.4.3. Figuras retóricas
- 3.4.4. Leis e funções retóricas da linguagem publicitária

3.5. Comportamento e personalidade criativa

- 3.5.1. A criatividade como característica pessoal, como produto e como processo
- 3.5.2. Comportamento criativo e motivação
- 3.5.3. Perceção e pensamento criativo
- 3.5.4. Elementos da criatividade

3.6. Aptidões e capacidades criativas

- 3.6.1. Sistemas de pensamento e modelos de inteligência criativa
- 3.6.2. O modelo tridimensional da estrutura do intelecto de Guilford
- 3.6.3. Interação entre fatores e capacidades do intelecto
- 3.6.4. Aptidões criativas
- 3.6.5. Competências criativas

3.7. As fases do processo criativo

- 3.7.1. A criatividade como um processo
- 3.7.2. As fases do processo criativo
- 3.7.3. As fases do processo criativo na publicidade

3.8. A resolução de problemas

- 3.8.1. A criatividade e a resolução de problemas
- 3.8.2. Bloqueios perceptivos e bloqueios emocionais
- 3.8.3. Metodologia da invenção: programas e métodos criativos

3.9. Os métodos do pensamento criativo

- 3.9.1. O *brainstorming* como modelo para a criação de ideias
- 3.9.2. Pensamento vertical e pensamento lateral
- 3.9.3. Metodologia da invenção: programas e métodos criativos

3.10. Criatividade e comunicação publicitária

- 3.10.1. O processo criativo como um produto específico da comunicação publicitária
- 3.10.2. A natureza do processo criativo na publicidade: a criatividade e o processo criativo na publicidade
- 3.10.3. Princípios metodológicos e efeitos da criação publicitária
- 3.10.4. A criação publicitária: do problema à solução
- 3.10.5. Criatividade e comunicação persuasiva



06

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”

A TECH Business School utiliza o 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”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



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

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, 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 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 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

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 escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar 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.



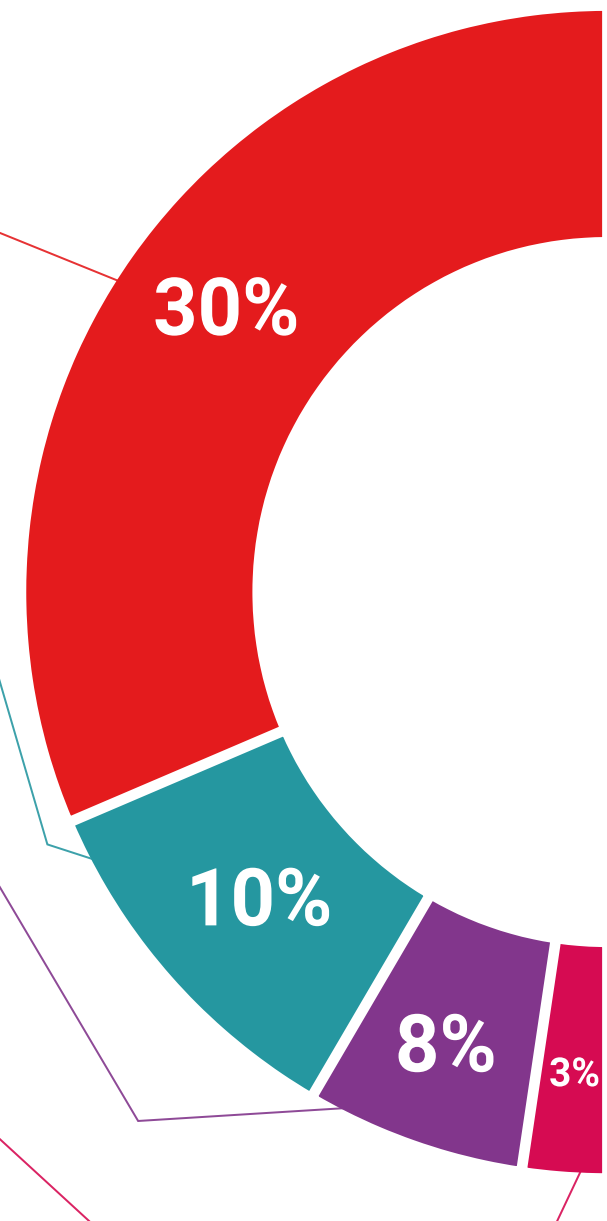
Práticas de aptidões e competências

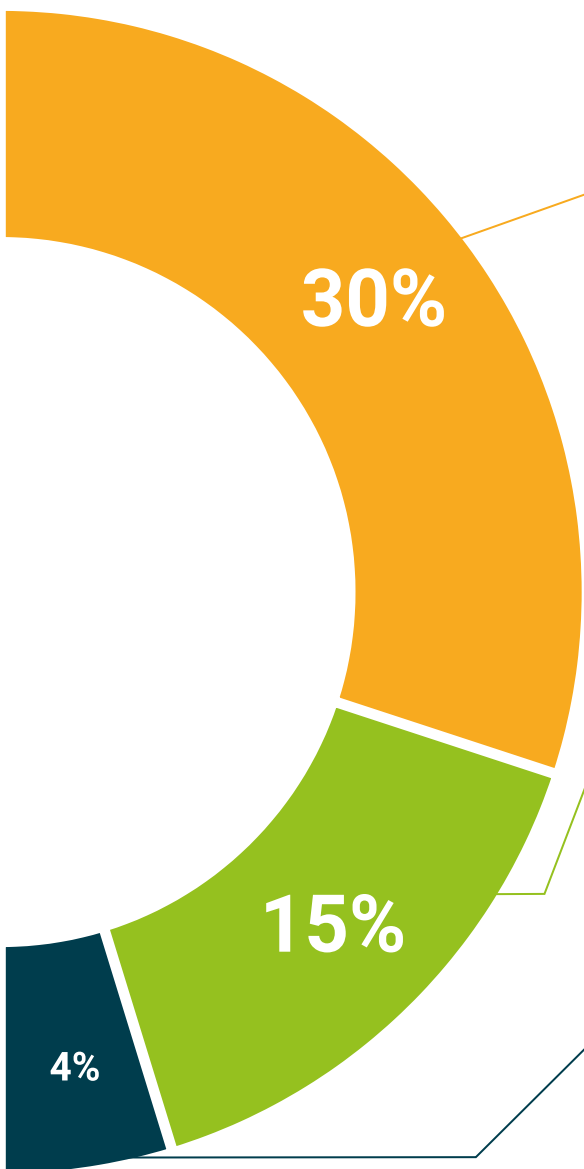
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



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 tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo 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.



07

Perfil dos nossos alunos

Este Curso de Especialização destina-se a profissionais de jornalismo, comunicação e negócios que queiram destacar-se no setor da Comunicação Publicitária. De tal forma que possam aprender os conceitos e estratégias mais adequados para criar campanhas persuasivas que atraiam um público maior. A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste Curso de Especialização.



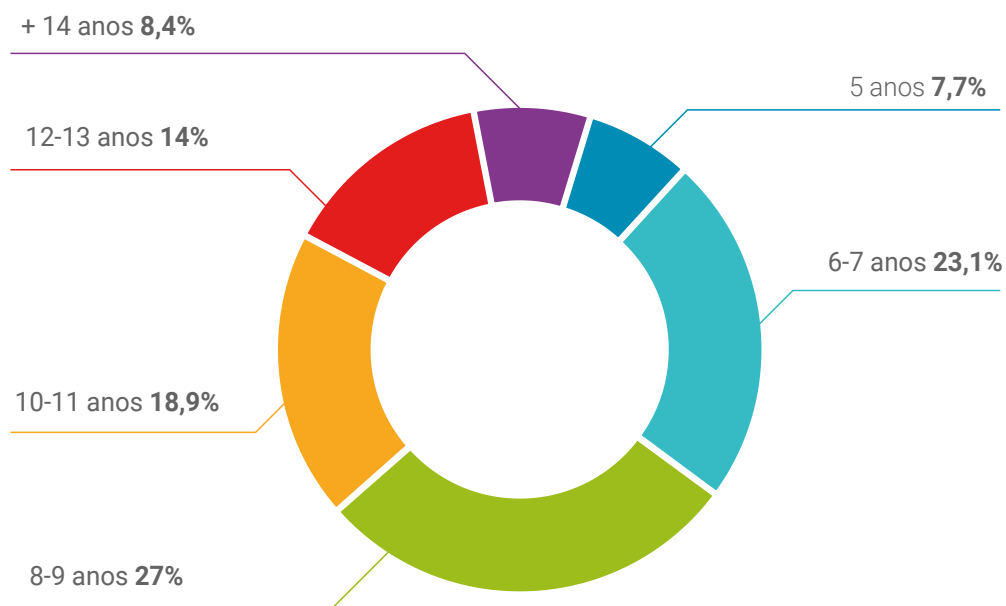
“

Reoriente a sua carreira para a Comunicação Publicitária e terá à sua disposição um vasto leque de opções profissionais”

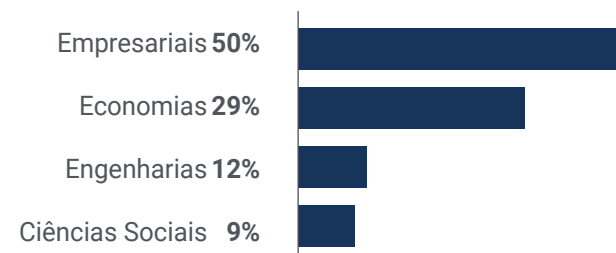
Idade média

Entre **35** e **45** anos

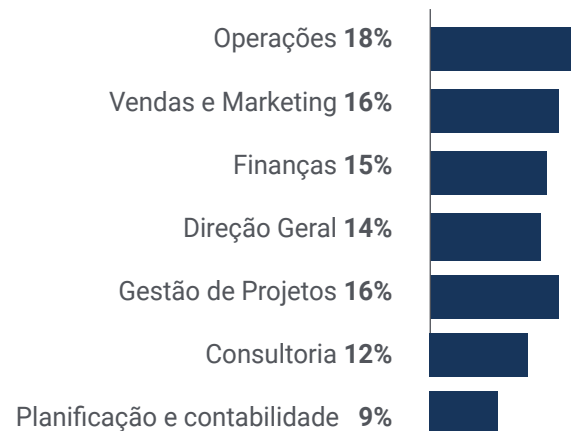
Anos de experiência



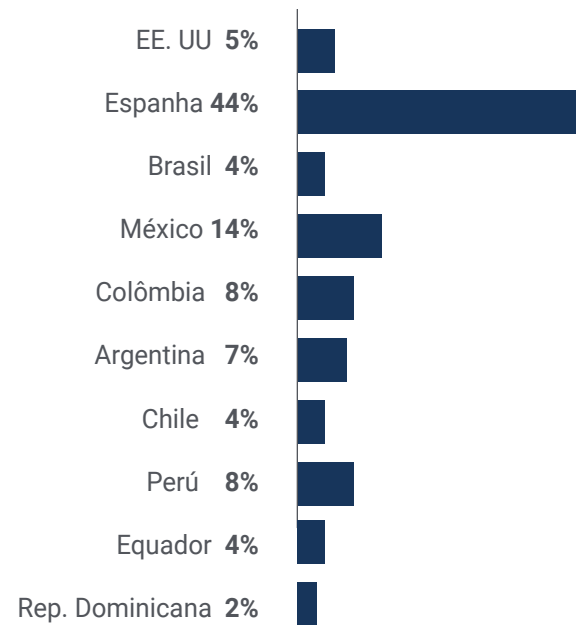
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Julio Ponce

Freelance Copywriter

"Recentemente, concentrei a minha carreira no copywriting e precisava de aprofundar os meus conhecimentos sobre técnicas publicitárias realmente persuasivas para que o meu trabalho como freelancer se destacasse num setor em que a concorrência é cada vez maior. Este Curso de Especialização foi além das minhas expectativas, estou muito satisfeito com o resultado"

08

Impacto para a sua carreira

A Universidade TECH está consciente de que frequentar um Curso de Especialização com estas características é um grande investimento económico, profissional e pessoal por parte do aluno. O objetivo final da realização deste grande esforço deve ser o crescimento profissional, para que a inserção, a promoção ou a mudança que o profissional procura no mercado de trabalho para este setor seja bem-sucedida. Um objetivo com o qual a TECH está comprometida e que consegue alcançar através da conceção de programas competitivos, de uma metodologia inovadora e dos melhores especialistas do setor.



“

Especialize-se com a TECH e aumentará as suas hipóteses de sucesso profissional”

Pronto para progredir?

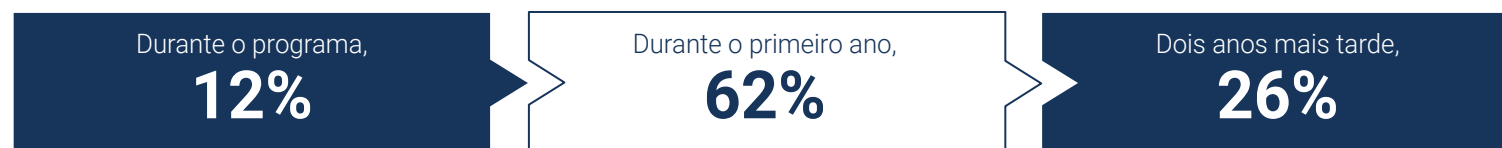
Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Curso de Especialização em Comunicação Publicitária TECH é uma especialização intensiva que prepara o estudante para enfrentar desafios e decisões empresariais no domínio da comunicação publicitária, capacitando-o num setor global com uma linguagem própria. Por isso, o seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional do estudante para alcançar o sucesso neste campo de trabalho.

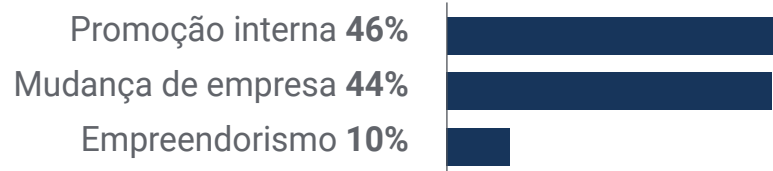
Quanto mais cedo iniciar este Curso de Especialização, mais cedo alcançará o seu objetivo profissional.

Se pretende fazer uma mudança positiva na sua profissão, este Curso de Especialização em Comunicação Publicitária é o que procurava.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento salarial de mais de **25,22%** para os nossos estudantes



09

Benefícios para a sua empresa

O Curso de Especialização em Comunicação Publicitárias contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através do impulso de líderes de alto nível.

Completar este Curso de Especialização é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.





“

Leve a sua criatividade ao extremo e viva das suas ideias. Especialize-se em Comunicação Publicitária com a TECH e dê o impulso profissional que merece”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



10

Certificação

O Curso de Especialização em Comunicação Publicitária garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso de Especialização 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 Publicitária** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

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

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

Certificação: Curso de Especialização em Comunicação Publicitária

Modalidade: **online**

Duração: **3 meses**

ECTS: **18**



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



Curso de Especialização Comunicação Publicitária

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização Comunicação Publicitária

