

Curso de Especialização

Publicidade Audiovisual





Curso de Especialização Publicidade Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 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-publicidade-audiovisual

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. 18

06

Metodologia

pág. 26

07

Perfil dos nossos alunos

pág. 34

08

Impacto para a sua carreira

pág. 38

09

Benefícios para a sua empresa

pág. 42

10

Certificação

pág. 46

01

Boas-vindas

No século XXI, a sociedade assistiu a um crescimento inegável das produções audiovisuais, ao mesmo tempo que assistiu aos avanços tecnológicos. Isto tornou as pessoas conscientes do que uma imagem ou um som podem projetar. Desta forma, a publicidade audiovisual abriu um espaço importante neste novo mundo, garantindo o acesso direto à comunicação de massas entre indivíduos e grupos sociais. Com o desenvolvimento deste Curso de Especialização, o aluno aprenderá a analisar textos publicitários, bem como a produzir peças audiovisuais que satisfaçam os objetivos da sua empresa, tornando-se um publicitário de grande sucesso, que será procurado pelas principais empresas do setor.



Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual
TECH Universidade Tecnológica



“

*Uma oportunidade única para se
especializar em publicidade audiovisual na
maior universidade online em espanhol”*

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 acadêmicos. 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 ajudar a 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 capacidades interpessoais.



Excelência académica

A TECH oferece aos estudantes a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso. 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 10.000 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 Curso de Especialização da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da direção de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educativa 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 especialização 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

O Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual cumpre todos os requisitos para garantir a excelência acadêmica dos seus alunos, cumprindo o perfil que as empresas exigem neste tipo de cargos. Desta forma, o estudante poderá compreender os conceitos básicos e modelos teóricos da comunicação humana, os seus elementos e as suas características, bem como o papel que desempenha nos processos psicológicos da publicidade e das relações-públicas.



“

Domina as diretrizes básicas que regem a comunicação audiovisual e que são fundamentais na publicidade e nas relações públicas"

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

O Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual capacitará o aluno para:

01

Relacionar a publicidade e as relações-públicas de uma forma coerente com outras ciências sociais e humanas

02

Compreender os conceitos básicos e os modelos teóricos da comunicação humana, os seus elementos e características, e o papel que esta desempenha nos processos psicológicos da publicidade e das relações-públicas

03

identificar e analisar os processos psicossociais, cognitivos e emocionais da comunicação publicitária e das relações-públicas

04

Aplicar a metodologia científica das teorias da comunicação



05

Analisar os processos psicológicos básicos da comunicação e o recetor da publicidade

06

Dominar as diretrizes básicas que regem a comunicação audiovisual e que servem de base à prática da publicidade e das relações-públicas

07

Descrever a evolução geral dos meios de comunicação social através do seu desenvolvimento histórico

08

Compreender a natureza e o potencial comunicativo das imagens e do design gráfico



09

Saber planear campanhas publicitárias de forma estratégica

10

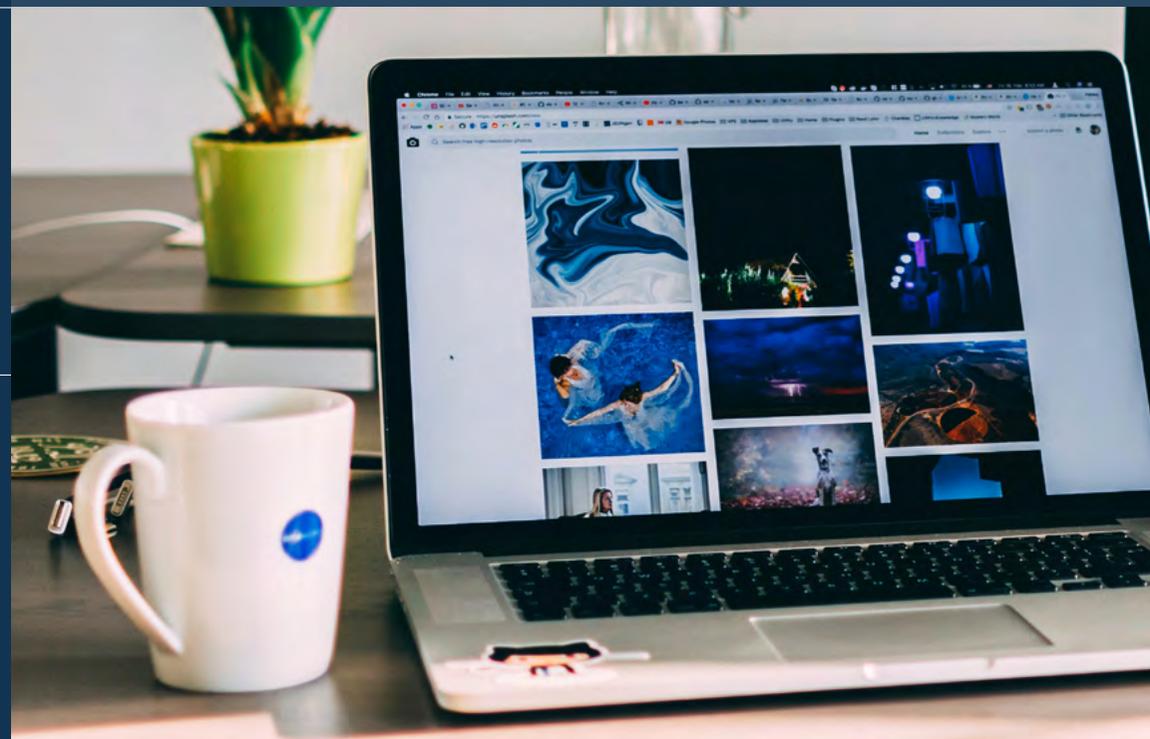
Conhecer o processo criativo publicitário

11

Saber analisar textos publicitários numa perspetiva crítica e identificar os diferentes elementos das mensagens

12

Produzir atempadamente peças publicitárias de acordo com as especificações dos diferentes géneros de publicidade e relações-públicas



13

Levar a cabo o papel profissional de redator publicitário dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição

14

Levar a cabo o papel profissional de diretor artístico dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição

15

Participar na produção de publicidade audiovisual

16

Dominar as diretrizes de base que regem a publicidade audiovisual para a produção de produtos publicitários audiovisuais



05

Estrutura e conteúdo

A TECH está empenhada em proporcionar uma especialização que responda às necessidades laborais dos estudantes e que os ajude a atingir um perfil profissional em conformidade com as exigências do ambiente. Por esta razão, foi criado este Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual, centrado na preparação do aluno para identificar e analisar os processos psicossociais, cognitivos e emocionais da comunicação publicitária e das relações-públicas. A especialização pode ser feita ao longo de 6 meses, de uma forma única e estimulante, seguindo exemplos práticos e a orientação de um corpo docente especializado nesta área.



“

Analise textos publicitários numa perspectiva crítica e aprenda a identificar os diferentes elementos das mensagens”

Plano de estudos

Com este Curso de Especialização Universitária em Publicidade Audiovisual, pretende-se que o aluno aplique a metodologia científica das teorias da comunicação e saiba analisar os processos psicológicos básicos da comunicação e do recetor da publicidade. Ao longo de cada aula, serão revistos os fundamentos para o domínio dos elementos básicos da comunicação audiovisual. Isto deve-se ao papel decisivo da imagem no século XXI, o que torna necessário analisar a interrelação entre elementos verbais e icónicos na mensagem comunicativa.

Isto deve-se ao papel decisivo da imagem no século XXI, o que torna necessário analisar a interrelação entre elementos verbais e icónicos na mensagem comunicativa. Graças a esta especialização, o estudante adquirirá as competências necessárias para poder distinguir e apreciar os procedimentos utilizados na construção de materiais cinematográficos, televisivos, videográficos e multimédia.

Ao longo de 450 horas de estudo, o aluno analisará uma multiplicidade de casos práticos através de um trabalho individual. Assim, compreenderá os processos de produção e de pós-produção para a elaboração de peças publicitárias que correspondam às normas desta indústria.

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

Módulo 1

Introdução à psicologia da comunicação

Módulo 2

Narrativa audiovisual

Módulo 3

Publicidade audiovisual



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual completamente online. Durante as 6 semanas 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.

*Uma experiência educativa
única, chave e decisiva
para impulsionar o seu
desenvolvimento profissional
e progredir na sua carreira.*

Módulo 1. Introdução à psicologia da comunicação

1.1. História da psicologia

- 1.1.1. Introdução
- 1.1.2. Começamos com o estudo da psicologia
- 1.1.3. A ciência em evolução. Mudanças históricas e de paradigma
- 1.1.4. Paradigmas e fases da psicologia
- 1.1.5. A ciência cognitiva

1.2. Psicologia social

- 1.2.1. Introdução
- 1.2.2. Começando com o estudo da psicologia social: a influência
- 1.2.3. Empatia, altruísmo e comportamento de ajuda

1.3. Cognição social

- 1.3.1. Introdução
- 1.3.2. Pensar e saber, necessidades vitais
- 1.3.3. A cognição social
- 1.3.4. Organizar a informação
- 1.3.5. O pensamento: prototípico ou categórico
- 1.3.6. Os erros que cometemos ao pensar: enviesamentos inferenciais
- 1.3.7. Processamento automático da informação

1.4. Psicologia da personalidade

- 1.4.1. Introdução
- 1.4.2. O que é o eu? Identidade e personalidade
- 1.4.3. Autoconsciência
- 1.4.4. Autoestima
- 1.4.5. Autoconhecimento
- 1.4.6. Variáveis interpessoais na formação da personalidade
- 1.4.7. Variáveis macrossociais na formação da personalidade
- 1.4.8. Novas perspetivas no estudo da personalidade. Personalidade narrativa

1.5. As emoções

- 1.5.1. Introdução
- 1.5.2. De que falamos quando ficamos emocionados?
- 1.5.3. A natureza das emoções
 - 1.5.3.1. A emoção como preparação para a ação
- 1.5.4. Emoções e personalidade
- 1.5.5. De outra perspetiva. Emoções sociais

1.6. Psicologia da comunicação. Persuasão e mudança de atitude

- 1.6.1. Introdução
- 1.6.2. As atitudes
- 1.6.3. Modelos históricos no estudo da comunicação persuasiva
- 1.6.4. O modelo de probabilidade de elaboração
- 1.6.5. Processos de comunicação através dos meios de comunicação
 - 1.6.5.1. Uma perspetiva histórica

1.7. O emissor

- 1.7.1. Introdução
- 1.7.2. A fonte da comunicação persuasiva
- 1.7.3. Características da fonte. A credibilidade
- 1.7.4. Características da fonte. O atrativo
- 1.7.5. Características do emissor. O poder
- 1.7.6. Processos em comunicação persuasiva. Mecanismos baseados na cognição primária
- 1.7.7. Novos processos na comunicação. Mecanismos baseados na cognição secundária

1.8. A mensagem

- 1.8.1. Introdução
- 1.8.2. Começamos por olhar para a composição da mensagem
- 1.8.3. Tipos de mensagens: mensagens racionais vs. emocionais
- 1.8.4. Mensagens emocionais e comunicação: mensagens indutoras de medo

1.9. O recetor

- 1.9.1. Introdução
- 1.9.2. O papel do recetor de acordo com o modelo de probabilidade de elaboração
- 1.9.3. Necessidades e motivações do recetor: o seu impacto na mudança de atitudes
- 1.9.4. Necessidade de estima e comunicação

1.10. Novas abordagens ao estudo da comunicação

- 1.10.1. Introdução
- 1.10.2. Processamento não consciente da informação. Os processos automáticos
- 1.10.3. A medição dos processos automáticos na comunicação
- 1.10.4. Primeiros passos em novos paradigmas
- 1.10.5. Teorias de sistemas de duplo processamento
 - 1.10.5.1. Principais limitações das teorias de sistemas duplos

Módulo 2. Narrativa audiovisual**2.1. Narrativa audiovisual**

- 2.1.1. Introdução
- 2.1.2. Conceitos fundamentais da narrativa audiovisual
- 2.1.3. Uma abordagem metodológica
- 2.1.4. Particularidades do discurso audiovisual
- 2.1.5. A linguagem audiovisual
- 2.1.6. A imagem
- 2.1.7. O som

2.2. O discurso e os espaços de enunciação

- 2.2.1. Introdução
- 2.2.2. As funções da narração de histórias
- 2.2.3. A construção do texto narrativo
- 2.2.4. As instâncias de enunciação
- 2.2.5. Tipologias de narradores
- 2.2.6. A focalização
- 2.2.7. O narrador

2.3. A história e os eixos da narrativa

- 2.3.1. Introdução
- 2.3.2. A história
- 2.3.3. A ação narrativa
- 2.3.4. O tempo
- 2.3.5. O espaço
- 2.3.6. O som

2.4. A construção do discurso audiovisual: o guião

- 2.4.1. Introdução
- 2.4.2. O guião
- 2.4.3. A ideia
- 2.4.4. Os géneros
 - 2.4.4.1. Cinema de fantasia e de terror
 - 2.4.4.2. Cinema bélico
 - 2.4.4.3. A comédia
 - 2.4.4.4. Os musicais
 - 2.4.4.5. O documentário
- 2.4.5. Personagens e diálogo
- 2.4.6. O guião literário vs. Guião técnico

2.5. Teoria e análise da montagem de filmes

- 2.5.1. Introdução
- 2.5.2. Definição da montagem
- 2.5.3. As unidades básicas da narrativa cinematográfica
- 2.5.4. Primeiras abordagens teóricas
- 2.5.5. Tipos de montagem
- 2.5.6. Montagem invisível: o *raccord*. Glossário sobre a montagem

2.6. A narrativa cinematográfica: das origens à pós-modernidade

- 2.6.1. Introdução
- 2.6.2. As origens do cinema
- 2.6.3. O cinema das origens: articulação espaço-temporal
- 2.6.4. As vanguardas e o cinema
- 2.6.5. O cinema de Hollywood
- 2.6.6. O cinema de arte e o ensaio
- 2.6.7. O cinema contemporâneo

2.7. O cinema computadorizado: dos cinejornais aos documentários

- 2.7.1. Introdução
- 2.7.2. O cinema informativo
- 2.7.3. Os cinejornais
- 2.7.4. O documentário
- 2.7.5. O cinema informativo de ficção
- 2.7.6. O valor dos noticiários como fonte histórica

2.8. O discurso televisivo: informação e entretenimento

- 2.8.1. Introdução
- 2.8.2. O discurso televisivo
- 2.8.3. Narratologia da informação audiovisual
- 2.8.4. Os géneros da informação audiovisual
- 2.8.5. O *infotainment*
- 2.8.6. Programas de entretenimento
- 2.8.7. O relato televisivo de ficção

2.9. O discurso publicitário audiovisual: spot, trailers e videoclipes

- 2.9.1. Introdução
- 2.9.2. A narrativa publicitária nos meios audiovisuais
 - 2.9.2.1. Spot
 - 2.9.2.2. Trailer
 - 2.9.2.3. Videoclip

2.10. Novos meios de comunicação e estruturas narrativas na era digital

- 2.10.1. Introdução
- 2.10.2. O paradigma digital
- 2.10.3. Os novos media do século XXI
- 2.10.4. As práticas dos novos media
- 2.10.5. A condição *postmedia*

Módulo 3. Publicidade audiovisual

3.1. Introdução à publicidade audiovisual

- 3.1.1. O que é a publicidade audiovisual?
- 3.1.2. Origem
- 3.1.3. Meios de publicidade audiovisual

3.2. O spot publicitário

- 3.2.1. O que é um spot?
- 3.2.2. Estrutura narrativa de um spot publicitário
- 3.2.3. História do spot publicitário

3.3. Equipa técnica de uma produção audiovisual I

- 3.3.1. Equipas de produção e de realização
- 3.3.2. Funções das equipas de produção e de realização
- 3.3.3. Organograma

3.4. Equipa técnica de uma produção audiovisual II

- 3.4.1. Equipas técnicas e artísticas
- 3.4.2. Funções das equipas técnicas e artísticas
- 3.4.3. Organograma

3.5. Pré-produção I: da ideia ao guião de filmagem

- 3.5.1. Processo criativo baseado no *briefing*
- 3.5.2. Guião literário: exemplo
- 3.5.3. Guião técnico: exemplo

3.6. Storyboard

- 3.6.1. *Storyboard* interno
- 3.6.2. *Storyboard* de apresentação
- 3.6.3. *Storyboard* de filmagem

3.7. O guião técnico: os estilos de produção

- 3.7.1. Linguagem cinematográfica
- 3.7.2. Encenação
- 3.7.3. Planeamento técnico

3.8. Pré-produção II: o plano de filmagem e o orçamento

- 3.8.1. Design de iluminação
- 3.8.2. Design de som
- 3.8.3. Protocolo de filmagem
- 3.8.4. Orçamento

3.9. A produção de um spot publicitário

- 3.9.1. Quem está envolvido na produção de um spot?
- 3.9.2. Ordem de filmagem
- 3.9.3. A filmagem

3.10. Pós-produção de um spot publicitário

- 3.10.1. A montagem
- 3.10.2. Tipos de montagem
- 3.10.3. Pós-produção de imagem e som



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

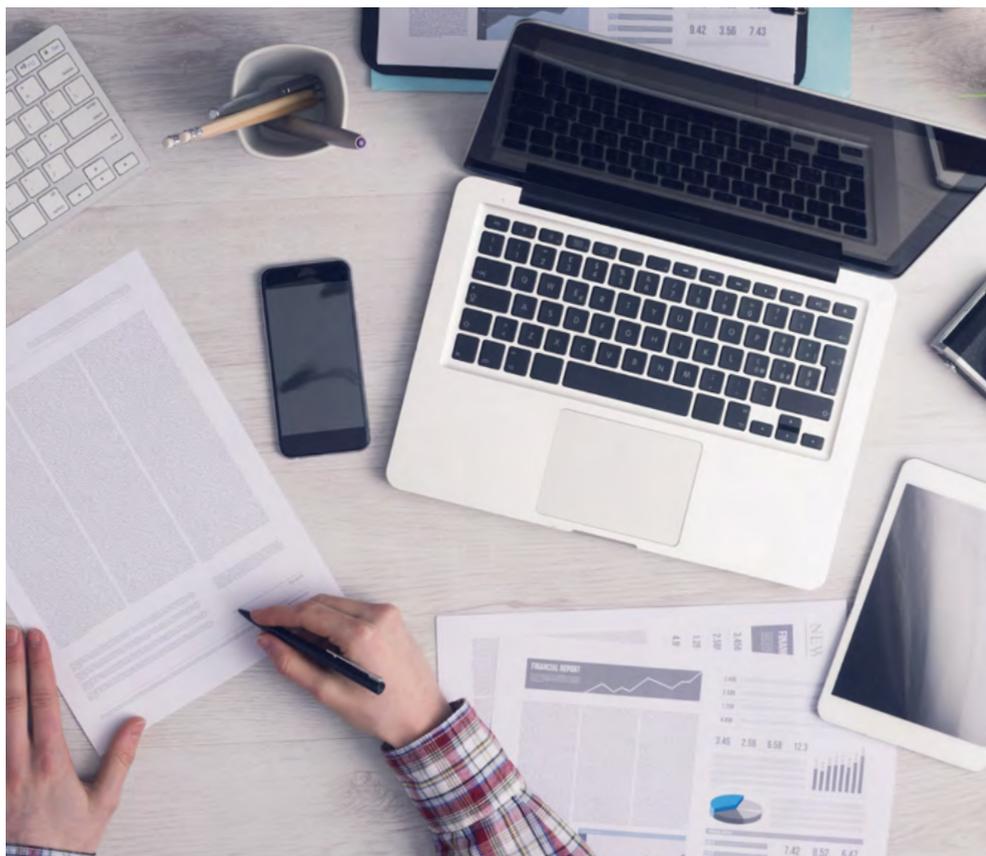
O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

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.



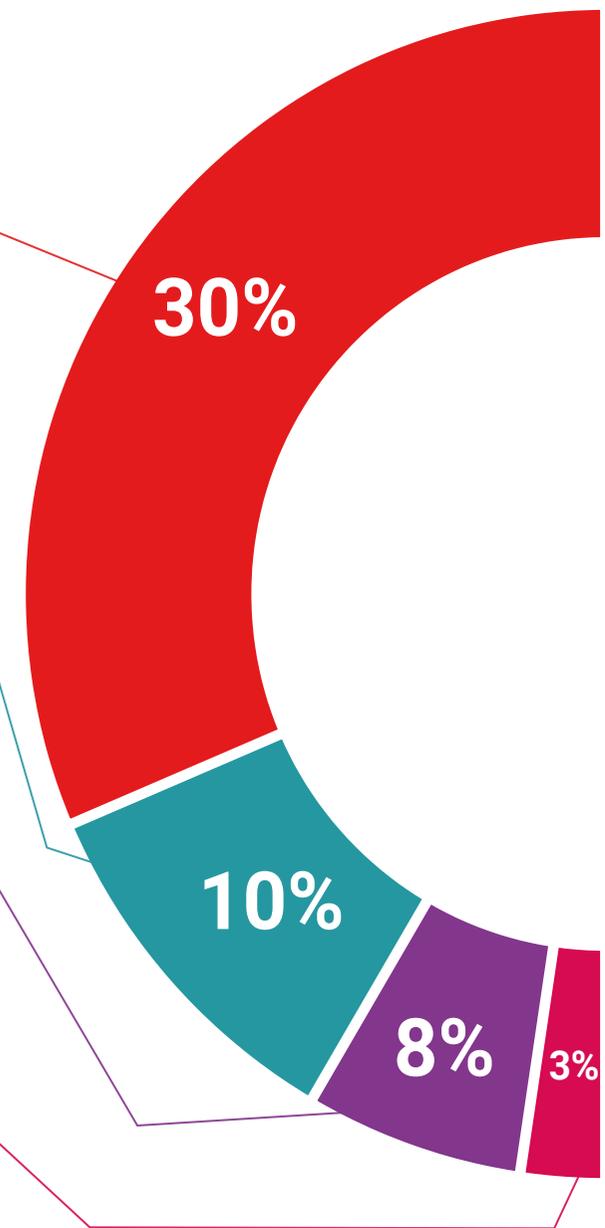
Práticas de aptidões e competências

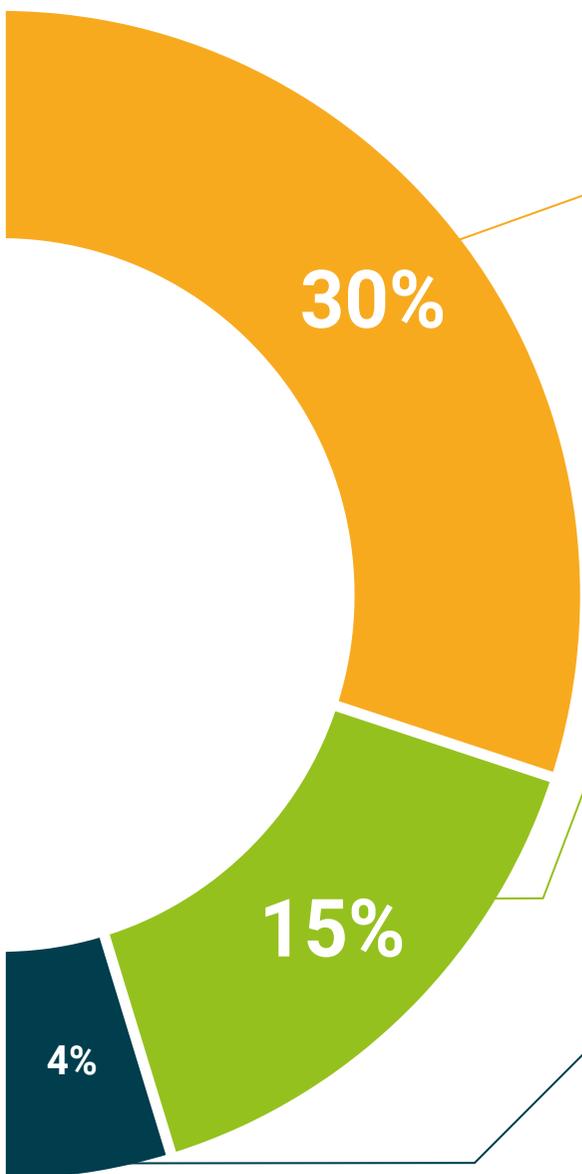
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



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

O Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual destina-se a licenciados e graduados universitários que tenham concluído previamente qualificações relacionadas com o design, a publicidade, a criatividade ou qualquer outro ramo relacionado com a área da comunicação e da identidade corporativa. O Curso de Especialização também está aberto a profissionais que tenham dois anos de experiência profissional numa área relacionada, mesmo que possuam um curso universitário em outra área.





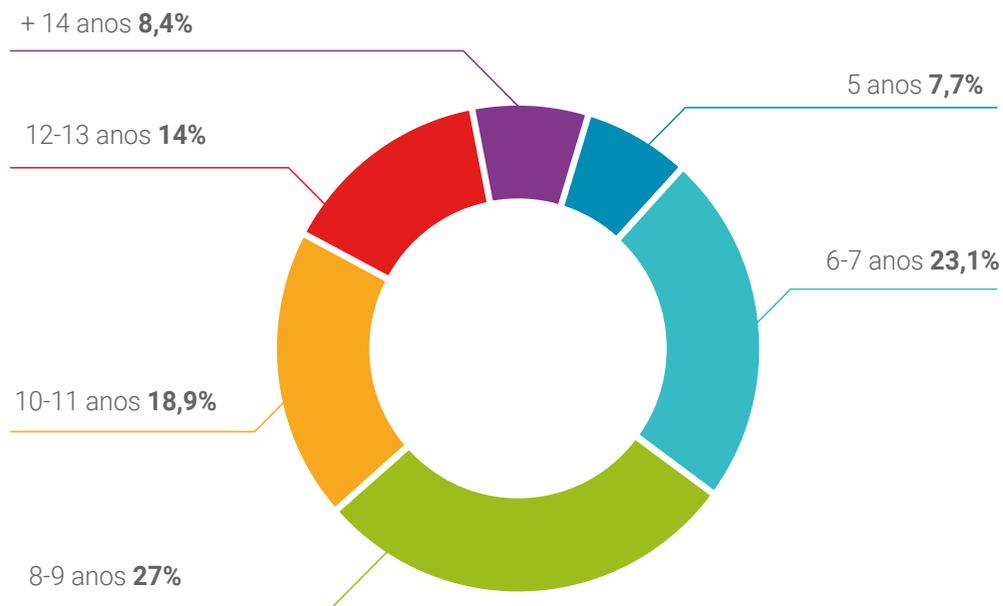
“

Torne-se um profissional de sucesso e entre para a elite da publicidade audiovisual”

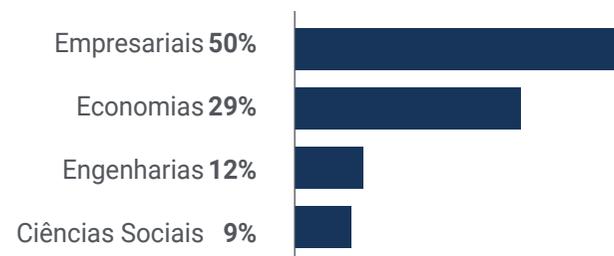
Idade média

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

Anos de experiência



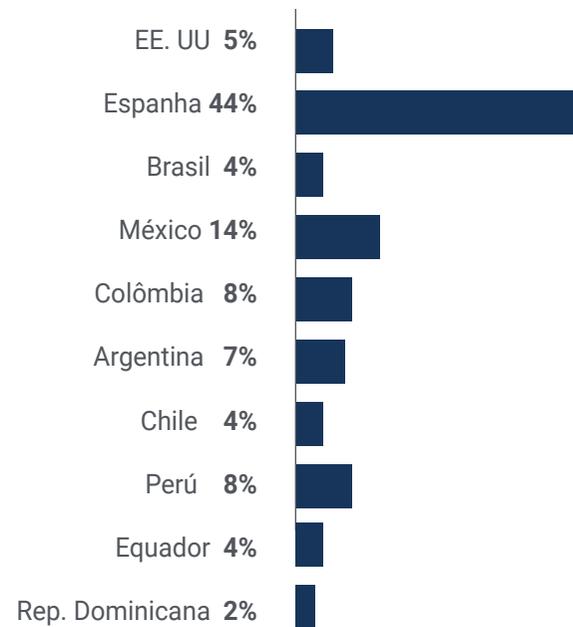
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Ángel Santiago Robles

Publicitário

"Graças a este Curso de Especialização, pude melhorar as minhas competências em diferentes ramos da publicidade audiovisual, o que me deu um impulso na minha carreira e faço agora parte de uma das melhores agências de publicidade do meu país. Sem dúvida, foi uma decisão acertada ter realizado esta especialização"

08

Impacto para a sua carreira

Este Curso de Especialização fornece todas as ferramentas necessárias e uma metodologia inovadora para motivar os alunos em cada aula, de modo a que possam aprender tudo o que está relacionado com a publicidade audiovisual. Isto garantirá uma colocação profissional bem-sucedida num setor que exige qualidade e excelência. Sem dúvida, no final da sua especialização, o estudante poderá dar um impulso à sua carreira rumo ao sucesso, alcançando os cargos de direção que deseja.



“

No final deste Curso de Especialização, estará apto a liderar equipas de publicidade centradas em mensagens audiovisuais”

Atinja a mudança positiva de que necessita para impulsionar a sua carreira e profissão com o Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual.

Pronto para progredir? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual da TECH é uma especialização intensiva que prepara os futuros alunos para enfrentar os desafios e as decisões empresariais no campo da publicidade e das relações-públicas. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

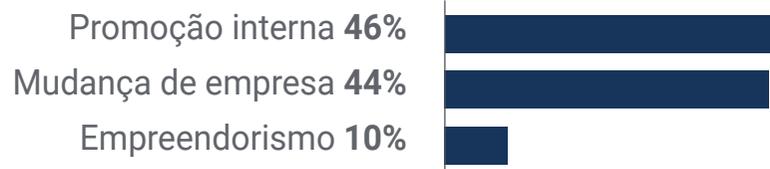
Uma especialização de elevada qualidade destinada a promover a competitividade dos estudantes.

Um caminho para a educação e o crescimento profissional que o impulsionará para uma maior competitividade no mercado de trabalho.

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 Publicidade Audiovisual é uma especialização de alta qualidade destinado a profissionais que pretendam dar um impulso à sua carreira para aceder a cargos de topo. Mas é também uma oportunidade única para as próprias agências de publicidade, uma vez que, ao disporem de colaboradores com melhor formação, oferecerão um melhor serviço aos seus clientes, o que se traduzirá, sem dúvida, em maiores benefícios para as empresas.





“

Aplique a metodologia científica das teorias da comunicação e compreenda os processos psicológicos envolvidos na emissão de uma mensagem”

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 Publicidade Audiovisual 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 Publicidade Audiovisual** conta com o conteúdo educativo 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 Curso de Especialização, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual**

Modalidade: **online**

Duração: **6 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 Publicidade audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Acreditação: **18 ECTS**
- » Horário: **Ao seu próprio ritmo**
- » Exames: online

Curso de Especialização

Publicidade audiovisual