

Curso de Especialização

Publicidade e Relações-Públicas





Curso de Especialização Publicidade e Relações-Públicas

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 24 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-publicidade-relacoes-publicas

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-vindas

O campo das relações-públicas contribui para a gestão estratégica da comunicação de qualquer organização, sendo a ferramenta para conhecer, gerir e investigar os diferentes públicos para os quais uma marca ou entidade se dirige. Neste sentido, está diretamente relacionada com o ambiente publicitário, um panorama no qual intervêm vários agentes de comunicação. Por este motivo, este Curso de Especialização pretende oferecer ao profissional uma visão global e completa dos fundamentos do sistema publicitário, da sua história e dos seus protagonistas, centrando-se no processo criativo, na planificação e no impacto dos seus potenciais efeitos sociais. Com isso, o aluno desenvolverá uma capacidade de síntese típica da publicidade, com especial ênfase na comunicação a nível global, que será, sem dúvida, essencial para aceder às principais agências de publicidade nacionais e internacionais, ou para dirigir a comunicação corporativa de uma empresa privada ou instituição pública.



Curso de Especialização em Publicidade e Relações-Públicas
TECH Universidade Tecnológica



“

Com este Curso de Especialização da TECH, desenvolver-se-á no domínio da publicidade como um profissional experiente e adquirirá os conhecimentos necessários para proceder à aplicação dos processos e vicissitudes do sistema publicitário com total sucesso”

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 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

Este Curso de Especialização foi concebido para que o estudante reforce as suas capacidades de liderança no domínio da publicidade e das relações-públicas, desenvolvendo novas competências e melhorando as suas capacidades de crescimento académico e profissional num ambiente que requer um perfil estratégico. 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, seguindo os fundamentos da publicidade atual.



“

*Neste Curso de Especialização,
aprenderá a aplicar processos criativos
no domínio da comunicação publicitária”*

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos

Trabalhamos em conjunto para os alcançar

O Curso de Especialização em Publicidade e Relações-Públicas capacitará o aluno para:

01

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

04

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

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

05

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

03

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

06

Compreender os sistemas de análise de campanhas publicitárias e de relações-públicas

07

Delimitar cada uma das funções para a gestão da empresa de publicidade e relações-públicas, destacando as suas principais aplicações

10

Identificar os processos e as estruturas organizacionais do processo de publicidade e de relações-públicas

08

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

11

Conhecer a evolução histórica da publicidade e as relações-públicas

09

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

12

Saber relacionar a publicidade com outras manifestações culturais, como a literatura, a arte ou o cinema, entre outros

13

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

14

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

15

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





16

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

17

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

18

Delimitar cada uma das funções para a gestão da empresa de publicidade e relações-públicas, destacando as suas principais aplicações

05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Publicidade e Relações-Públicas compreende um Curso de Especialização completo estruturado em 4 módulos, cujo conteúdo foi preparado por especialistas do setor para que o estudante possa aprender todos os conceitos de forma concisa e real, adquirindo um conhecimento profundo do funcionamento do poder da publicidade e da gestão da comunicação. Desta forma, o profissional dominará os aspetos da linguagem publicitária e a identidade corporativa, através de conteúdos de qualidade, para que o seu perfil se destaque num ambiente competitivo.



“

Um dos objetivos deste Curso de Especialização será definir cada uma das funções de gestão da empresa de publicidade e relações-públicas, destacando as suas principais aplicações”

Plano de estudos

O Curso de Especialização em Publicidade e Relações-Públicas da TECH Universidade Tecnológica é um estudo intensivo que prepara o aluno para dominar os fundamentos do sistema publicitário e da comunicação no domínio das relações-públicas.

O seu conteúdo 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 da publicidade.

Assim, ao longo de 600 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 no sistema de publicidade e relações-públicas, desde a sua história e teoria até à sua gestão em empresas, agências e organizações, com uma abordagem global e atualizada. Um plano de estudos concebido para melhorar as competências dos profissionais e orientá-los para este setor numa perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Por todas estas razões, esta especialização foi concebida para o estudante, centrada no seu aperfeiçoamento profissional, preparando-o para alcançar a excelência num ambiente competitivo e criativo, com conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educativa e por um corpo docente excecional, que lhe dará as competências para se desenvolver com sucesso neste ambiente.

Este Curso de Especialização tem a duração de 6 meses e está dividido em 4 módulos:

Módulo 1

Fundamentos das relações-públicas

Módulo 2

Teoria da publicidade

Módulo 3

História da publicidade e das relações-públicas

Módulo 4

Agência publicitária e de relações-públicas

Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Curso de Especialização em Publicidade e Relações-Públicas 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.

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



Módulo 1. Fundamentos das relações-públicas

1.1. Quadro teórico das relações-públicas

- 1.1.1. Introdução
- 1.1.2. Investigação em relações-públicas
- 1.1.3. Principais teóricos das relações-públicas
- 1.1.4. Relações-públicas e elementos relacionados
- 1.1.5. Definição de relações-públicas

1.2. Evolução histórica

- 1.2.1. Etapas
- 1.2.2. A origem das relações-públicas
- 1.2.3. As tendências em relações-públicas

1.3. Comunicação externa

- 1.3.1. Características e públicos
- 1.3.2. As relações com os meios de comunicação
- 1.3.3. Fornecimento de informações

1.4. Comunicação interna

- 1.4.1. Introdução
- 1.4.2. Funções e objetivos
- 1.4.3. Tipos de comunicação interna
- 1.4.4. Ferramentas de comunicação interna

1.5. Relações-públicas e opinião pública

- 1.5.1. Imagem poderosa dos media
- 1.5.2. A influência limitada dos meios de comunicação
- 1.5.3. Efeitos estruturais na sociedade

1.6. Relações-públicas internacionais

- 1.6.1. Características da sociedade internacional
- 1.6.2. Definição
- 1.6.3. O papel das relações-públicas internacionais
- 1.6.4. Tipos de ação

1.7. Relações-públicas e crise

- 1.7.1. A organização em crise
- 1.7.2. Características das crises
- 1.7.3. Tipologias das crises

1.8. Etapas das crises

- 1.8.1. Fase preliminar
- 1.8.2. Fase aguda
- 1.8.3. Fase crónica
- 1.8.4. Fase postraumática

1.9. Preparação de um plano de crise

- 1.9.1. Análise de potenciais problemas
- 1.9.2. Planificação
- 1.9.3. Adequação do pessoal

1.10. Tecnologias de comunicação em crise

- 1.10.1. Vantagens
- 1.10.2. Desvantagens
- 1.10.3. Ferramentas

Módulo 2. Teoria da publicidade**2.1. Fundamentos da publicidade**

- 2.1.1. Introdução
- 2.1.2. Noções básicas de publicidade e Marketing
- 2.1.3. Publicidade, relações-públicas e propaganda
- 2.1.4. Dimensões e âmbito social da publicidade contemporânea
- 2.1.5. Publicidade bem-sucedida: KFC

2.2. História da publicidade

- 2.2.1. Introdução
- 2.2.2. Origem
- 2.2.3. A Revolução Industrial e a publicidade
- 2.2.4. O desenvolvimento da indústria publicitária
- 2.2.5. A publicidade no mundo da Internet
- 2.2.6. Publicidade bem-sucedida: um estudo de caso Coca-Cola

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

- 2.3.1. Introdução
- 2.3.2. O funcionamento da indústria publicitária
- 2.3.3. Tipos de anunciantes
- 2.3.4. Publicidade no organograma da empresa
- 2.3.5. Publicidade-bem sucedida: estudo de caso Facebook

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

- 2.4.1. Introdução
- 2.4.2. A agência de publicidade: profissionais da comunicação publicitária
- 2.4.3. A estrutura organizacional das agências de publicidade
- 2.4.4. Tipos de agências de publicidade
- 2.4.5. Gestão de honorários nas agências de publicidade
- 2.4.6. Publicidade bem-sucedida: Nike

2.5. A publicidade e os seus protagonistas III: O recetor da publicidade

- 2.5.1. Introdução
- 2.5.2. O recetor da publicidade e o seu contexto
- 2.5.3. O recetor da publicidade como consumidor
- 2.5.4. Necessidades e desejos em publicidade
- 2.5.5. Publicidade e memória: sobre a eficácia da publicidade
- 2.5.6. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso Ikea

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

- 2.6.1. Introdução
- 2.6.2. Aspectos preliminares do processo criativo de publicidade
- 2.6.3. O *briefing* de publicidade ou *briefing* de comunicação
- 2.6.4. Estratégia criativa
- 2.6.5. Estratégia de meios
 - 2.6.5.1. Publicidade bem-sucedida: Apple

2.7. O processo criativo publicitário II: criatividade e publicidade

- 2.7.1. Introdução
- 2.7.2. Fundamentos do trabalho criativo publicitário
- 2.7.3. A criatividade publicitária e o seu estatuto comunicativo
- 2.7.4. Trabalho criativo em publicidade
- 2.7.5. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso Real Madrid

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

- 2.8.1. Introdução
- 2.8.2. Conceção criativa e estratégia
- 2.8.3. O processo de conceção criativa
- 2.8.4. Os dez caminhos básicos da criatividade de acordo com Luis Bassat: os géneros publicitários
- 2.8.5. Formatos publicitários
- 2.8.6. Publicidade bem-sucedida: McDonalds

2.9. Planeamento dos meios de comunicação publicitários

- 2.9.1. Introdução
- 2.9.2. Meios e planeamento
- 2.9.3. Meios publicitários e a sua classificação
- 2.9.4. Ferramentas de planificação de meios
- 2.9.5. Publicidade bem-sucedida: Pepsi

2.10. Publicidade, sociedade e cultura

- 2.10.1. Introdução
- 2.10.2. A relação entre publicidade e sociedade
- 2.10.3. Publicidade e emoções
- 2.10.4. Publicidade, assuntos e coisas
- 2.10.5. Publicidade bem-sucedida: Burger King

Módulo 3. História da publicidade e das relações-públicas

3.1. Atividade publicitária anterior à imprensa

- 3.1.1. Publicidade nas suas formas mais antigas
- 3.1.2. Primeiras manifestações
- 3.1.3. O Mundo Antigo

3.2. Da imprensa à Revolução Industrial

- 3.2.1. Alguns aspetos que contribuíram para o aparecimento da imprensa na Europa
- 3.2.2. Primeiras expressões: panfletos e cartazes
- 3.2.3. Marcas e etiquetas
- 3.2.4. Os anúncios gritados e a charlatanice
- 3.2.5. O letreiro e o mural comercial
- 3.2.6. O nascimento de um novo meio
- 3.2.7. Comunicação e poder: o controlo da persuasão

3.3. As revoluções

- 3.3.1. A publicidade e a Revolução Industrial
- 3.3.2. O longo e sinuoso caminho para a liberdade de imprensa
- 3.3.3. Da propaganda à publicidade
- 3.3.4. Propaganda e campanhas políticas: conceitos
- 3.3.5. Características desta propaganda
- 3.3.6. A Revolução Industrial no nascimento da publicidade comercial

3.4. Nascimento da publicidade

- 3.4.1. A origem da publicidade comercial
- 3.4.2. A revolução tecnológica
- 3.4.3. Os sistemas de impressão
- 3.4.4. O papel
- 3.4.5. A fotografia
- 3.4.6. O telégrafo
- 3.4.7. A publicidade impressa
- 3.4.8. Os cartazes

3.5. Consolidação da atividade publicitária

- 3.5.1. Fatores económicos entre 1848-1914
- 3.5.2. Novas formas de comercialização
- 3.5.3. Os jornais
- 3.5.4. As revistas
- 3.5.5. A arte do cartaz
- 3.5.6. Fundamentos da publicidade moderna
- 3.5.7. Agências de publicidade americanas
- 3.5.8. Técnica e arte publicitária

3.6. A publicidade entre duas guerras

- 3.6.1. Características do período 1914-1950
- 3.6.2. Publicidade na Primeira Guerra Mundial
- 3.6.3. Consequências da Primeira Guerra Mundial na publicidade
- 3.6.4. Ações de publicidade na Segunda Guerra Mundial
- 3.6.5. Consequências da Segunda Guerra Mundial na publicidade
- 3.6.6. Meios publicitários

3.6.7. O cartaz e design gráfico publicitário

- 3.6.8. Publicidade exterior
- 3.6.9. O cinema
- 3.6.10. O cinema como meio de persuasão
- 3.6.11. A rádio
- 3.6.12. A rádio comercial

3.7. O desenvolvimento da técnica publicitária

- 3.7.1. Atividade publicitária entre 1914 e 1950
- 3.7.2. A organização da publicidade
- 3.7.3. Agências e estilos

3.8. A publicidade eletrónica

- 3.8.1. TV. A terceira dimensão da publicidade
- 3.8.2. Publicidade nas décadas de 1950 e 1960
- 3.8.3. A chegada da televisão

3.9. A publicidade atual

- 3.9.1. Introdução
- 3.9.2. O contexto atual da publicidade: uma perspetiva tecnológica
- 3.9.3. Principais desafios da comunicação publicitária atual
- 3.9.4. Principais oportunidades da comunicação publicitária atual

3.10. História das relações-públicas

- 3.10.1. As origens
- 3.10.2. Bernays e os seus contributos
- 3.10.3. A expansão: as RP Na segunda metade do século XX

Módulo 4. Agência publicitária e de relações-públicas**4.1. Estrutura das agências de publicidade e/ou relações-públicas**

- 4.1.1. Estrutura
- 4.1.2. Funções
- 4.1.3. Seleção de agências

4.2. Gestão económica da agência

- 4.2.1. Tipos de forma jurídica
- 4.2.2. Modelos de negócio
- 4.2.3. Desenvolvimento e controlo de projetos

4.3. Relações económicas na agência publicitária

- 4.3.1. Relações económicas com os anunciantes
- 4.3.2. Relações económicas com colaboradores e sócios
- 4.3.3. Empresário em nome individual e trabalhador independente

4.4. A conta de exploração da agência de publicidade

- 4.4.1. Investimento, receitas e volume de negócios
- 4.4.2. Resultados
- 4.4.3. Orçamento anual

4.5. Ligação entre publicidade e relações-públicas

- 4.5.1. Em relação aos objetivos
- 4.5.2. Em relação aos destinatários da atividade
- 4.5.3. Sobre a seleção dos meios de comunicação e suportes

4.6. Sistemas de remuneração

- 4.6.1. Remuneração das agências
- 4.6.2. Dimensão contabilística da agência
- 4.6.3. Determinação do orçamento

4.7. Relações com stakeholders externos

- 4.7.1. Relações de agências com anunciantes
- 4.7.2. Relações de agências com a comunicação social
- 4.7.3. Relações de agências com consumidores finais

4.8. Estratégias de crescimento organizacional

- 4.8.1. Holdings
- 4.8.2. Cadeia de valor
- 4.8.3. Desafios do crescimento organizacional

4.9. Organograma interno de uma agência de publicidade

- 4.9.1. Modelo de gestão da agência
- 4.9.2. Departamento de contas
- 4.9.3. Departamento criativo
- 4.9.4. Departamento de meios de comunicação
- 4.9.5. Departamento de produção

4.10. Gestão de equipas

- 4.10.1. A motivação
- 4.10.2. Gestão da mudança e liderança
- 4.10.3. Comunicação interna



Neste Curso de Especialização aprenderá a relacionar a publicidade com outras manifestações culturais, como a literatura, a arte ou o cinema, criando ligações de sucesso"

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.



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.

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

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.



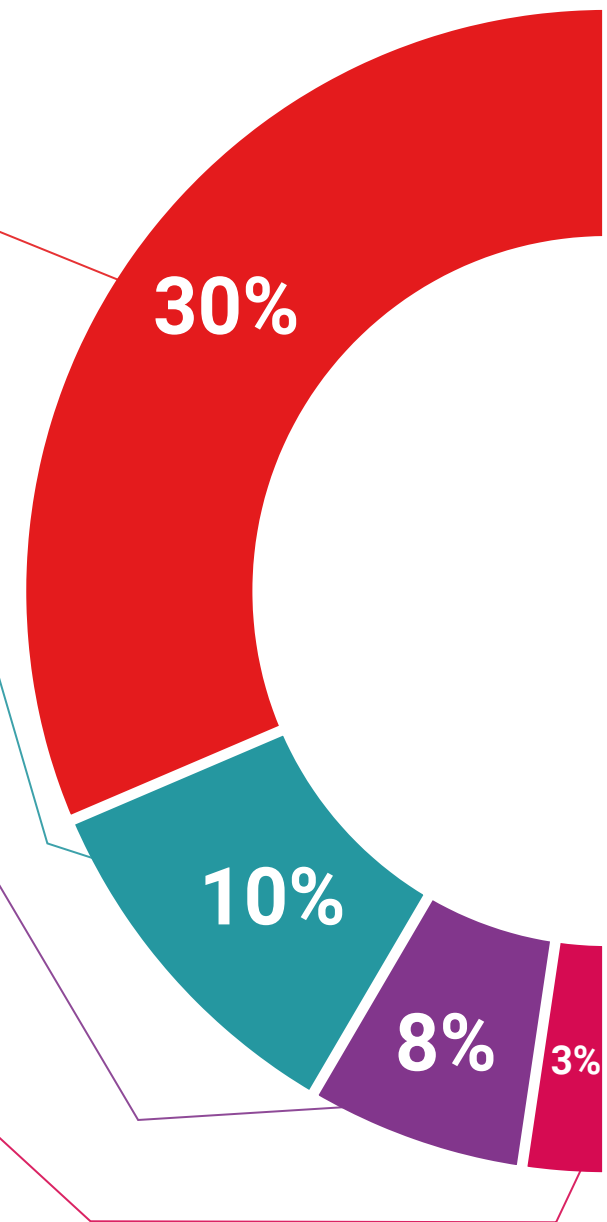
Práticas de aptidões e competências

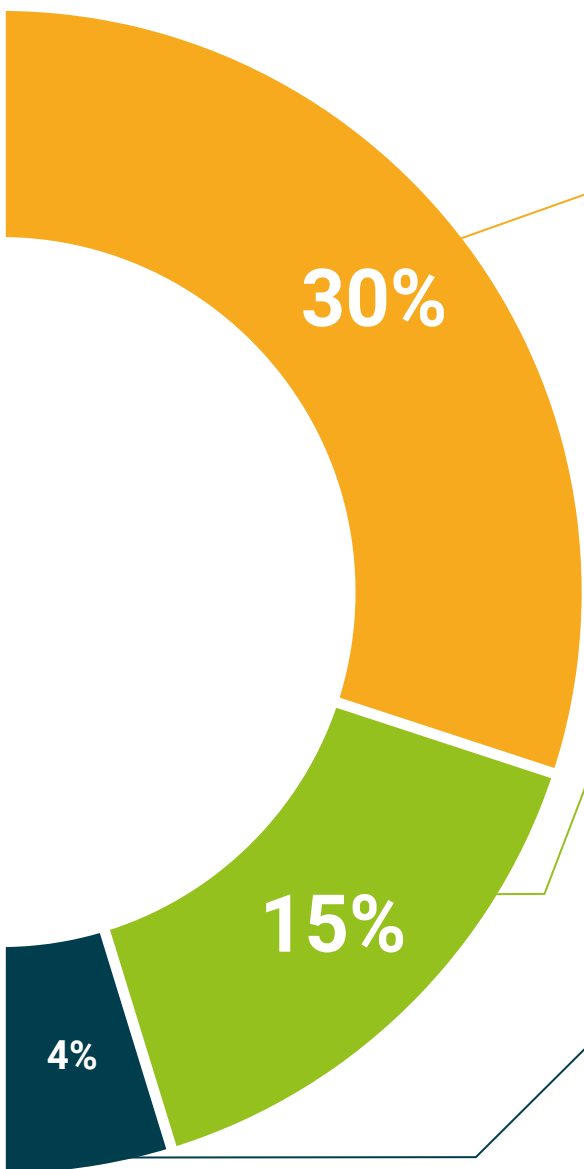
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



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 que pretendam aprofundar os seus conhecimentos no domínio da publicidade e das relações-públicas, com vista ao desenvolvimento da sua carreira profissional, quer como freelancers, quer como responsáveis das principais empresas do setor, em áreas de comunicação empresarial ou em organismos públicos. Desta forma, a qualidade dos conteúdos deste Curso de Especialização permitir-lhes-á desenvolver um perfil profissional altamente competitivo e muito procurado no mercado de trabalho.





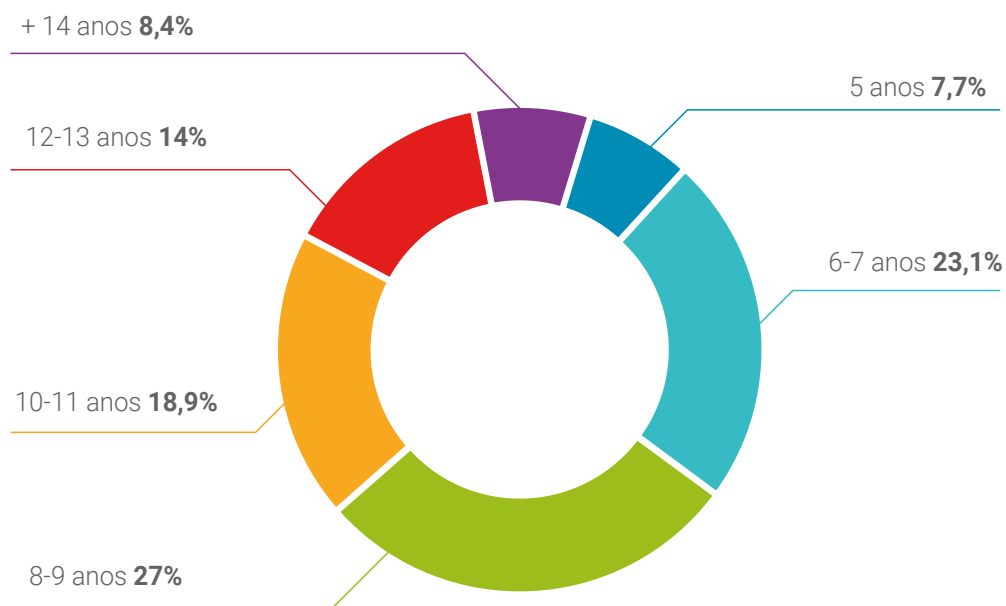
“

*Percorra o seu caminho académico
rumo ao sucesso profissional com esta
especialização”*

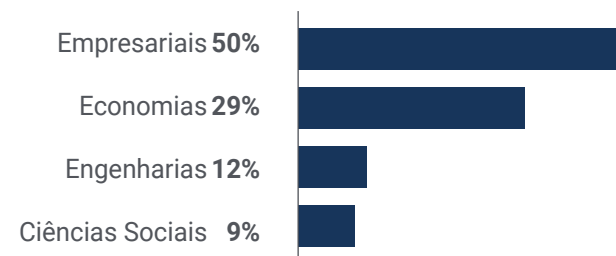
Idade média

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

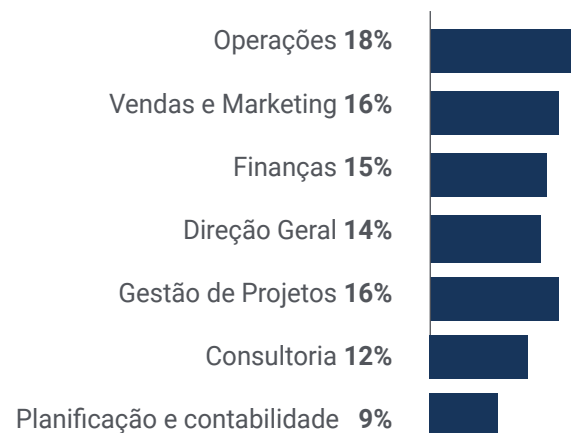
Anos de experiência



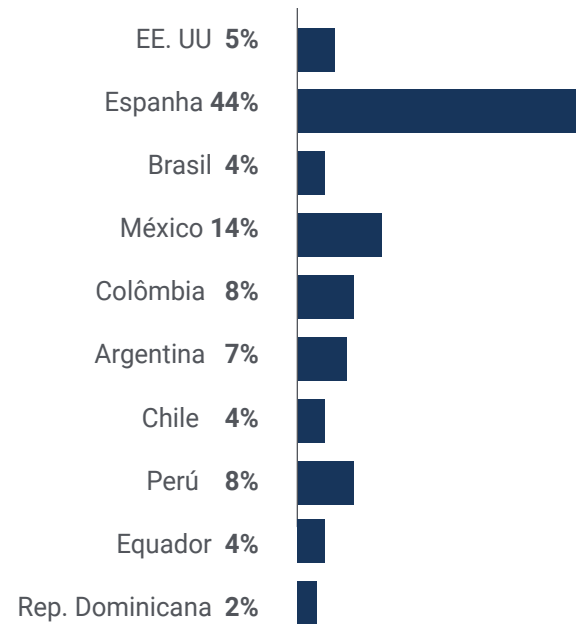
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Alejandro Lerín

Publicitário

"A agência onde comecei a trabalhar ofereceu-me o esta especialização da TECH como incentivo à especialização interna e estou muito contente por tê-lo realizado. Entre vários aspetos, destaco o facto de ter aprendido quais as técnicas a implementar no âmbito da estratégia publicitária da empresa com uma abordagem melhorada"

08

Impacto para a sua carreira

A 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, com uma metodologia inovadora e os melhores especialistas do setor.



“

Aumente as suas hipóteses de sucesso profissional. Alcance-o através do método da TECH”

Torne-se um especialista em publicidade e relações-públicas e posicione a sua empresa como uma das mais competitivas do seu setor.

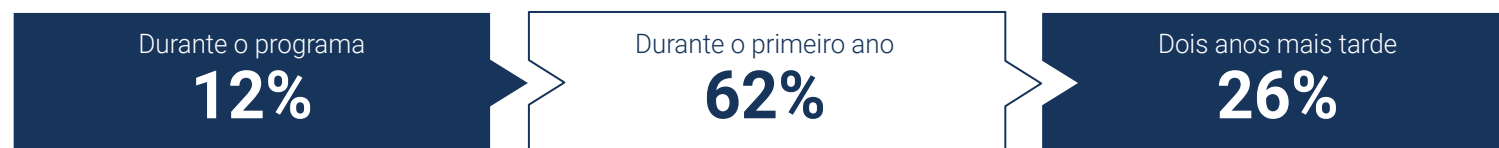
Pronto para progredir? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Curso de Especialização em Publicidade e Relações-Públicas da TECH é uma especialização intensiva que prepara o estudante para enfrentar os desafios e tomar decisões neste setor em constante mudança, conseguindo uma melhor compreensão dos objetivos da sua empresa ou dos seus clientes. Por isso, o seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional do estudante para alcançar o sucesso neste campo de trabalho.

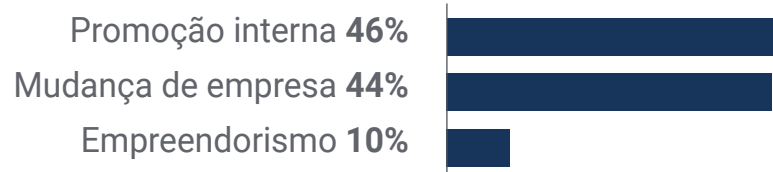
Uma especialização de grande interesse para quem procura a excelência académica e profissional.

Ao frequentar este Curso de Especialização da TECH, multiplicará as suas hipóteses de sucesso profissional, por isso não hesite e inscreva-se já!

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 e Relações-Públicas tem como principal objetivo melhorar a especialização dos estudantes neste campo de ação. Mas, além disso, proporcionará vantagens notáveis nas empresas em que trabalham, pois poderão implementar estratégias mais competitivas, o que proporcionará um conhecimento abrangente sobre os valores e objetivos da empresa, provocando uma maior atração do seu público.



“

Terá a especialização adequada para oferecer à empresa estratégias inovadoras de gestão da publicidade”

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 e Relações-Públicas 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 e Relações-Públicas** 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 e Relações-Públicas**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**

ECTS: **24**



*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 e Relações-Públicas

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 24 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Publicidade e Relações-Públicas

