

Executive Master

MBA em Gestão de Comunicação Empresarial
(CCO, Chief Communications Officer)

M B A G C E C C O



Executive Master MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer)

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Licenciados e profissionais com experiência demonstrável em áreas relacionadas com comunicação e relações institucionais ou empresariais

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-comunicacao-empresarial-cco-chief-communications-officer

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

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

07

Metodologia

pág. 36

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 44

09

Direção do curso

pág. 48

10

Impacto para a sua carreira

pág. 52

11

Benefícios para
a sua empresa

pág. 56

12

Certificação

pág. 60

01

Boas-vindas

A comunicação, num nível integral, desempenha um papel decisivo na realização dos objetivos empresariais. Esta poderosa arma pode ser utilizada para direcionar uma mensagem específica em diferentes canais, tais como as redes sociais ou os meios de comunicação, entre outros, expressando os valores, missão e visão do negócio. Assim, torna-se essencial ter profissionais que compreendam a influência de tais ferramentas de um ponto de vista global. Por esta razão, este programa fornecerá os instrumentos necessários para o desenvolvimento do gestor num campo de trabalho que é cada vez mais procurado. Assim, e graças aos conteúdos que os licenciados receberão com este programa, poderão posicionar-se como Chief Communications Officers de grandes empresas. Uma oportunidade única para o sucesso profissional apenas disponível na TECH.



Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer). TECH Universidade Tecnológica



“

Adquirir as competências necessárias para conduzir uma gestão de comunicação bem sucedida com este programa da TECH. Se quiser tornar-se um Chief Communications Officer de 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 dos 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 em linha que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional que fornecerá as chaves para o estudante se desenvolver num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de qualquer empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar um sistema multi-vídeo interativo inovador nos programas.



As exigências mais altas

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 do TECH completam com sucesso os seus estudos



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, para que os estudantes possam criar uma grande rede de contactos que será útil para o seu futuro.

+100.000

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 atores económicos dos 7 continentes.

+500

acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

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

A TECH ajuda os estudantes a mostrar o seu talento ao mundo no final deste programa.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, os estudantes podem 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 que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH provêm de 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 on-line. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com Case Studies 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 na sala de aula 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 aos estudantes avançar nas suas carreiras e se destacar 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 a um futuro promissor. Os estudantes aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o programa mais completo do mercado, o que nos permite oferecer ensino do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de empregos e benefícios pessoais, incluindo os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, os estudantes poderão 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 desta 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 os estudantes se possam posicionar como gestores 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 liga os seus estudantes em rede 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 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 TECH Universidade Tecnológica.

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

04 Objetivos

Este programa foi concebido para reforçar as competências de gestão e liderança no campo da comunicação empresarial, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais no seu desenvolvimento profissional. Após o programa, será capaz de tomar decisões globais com uma perspetiva inovadora e uma perspetiva internacional.



“

Um dos nossos principais objetivos é ajudá-lo a desenvolver as competências essenciais para gerir estrategicamente a comunicação empresarial”

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

O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer) capacitará o aluno para:

01

Desenvolver estratégias para a gestão de marcas e reputação empresarial como recursos estratégicos para a diferenciação, legitimidade e excelência empresarial

03

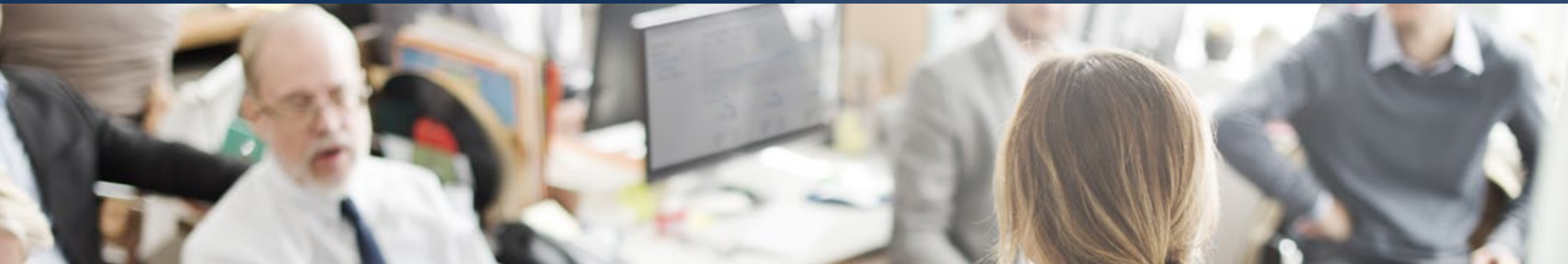
Reforçar as aptidões, competências e capacidade de liderança de futuros gestores de intangíveis

02

Descrever o papel estratégico da comunicação integrada e consistente com todas as partes interessadas. *Stakeholders*

04

Estabelecimento de técnicas de construção de marcas pessoais e profissionais



05

Implementar métricas rigorosas que demonstrem o retorno da gestão estratégica dos intangíveis, com indicadores não financeiros consolidados e com impacto direto nos negócios

07

Estabelecer estratégias de comunicação complexas para chegar a todos os públicos



06

Planear e executar planos de comunicação integrado

08

Desenvolver aptidões e competências para gerir eficazmente o departamento de comunicação de qualquer organização em todos os seus aspetos

09

Descrever os elementos essenciais da gestão da comunicação empresarial

10

Explorar as especificidades da comunicação em setores específicos

11

Para compreender o contexto internacional em que a empresa opera





12

Adquirir as competências de gestão necessárias para gerir corretamente a comunicação empresarial

13

Ser capaz de gerir equipas e resolver conflitos relacionados com o trabalho

14

Planear e criar estratégias para o conhecimento da marca e da fidelização do cliente

05 Competências

Depois de ser aprovado nas avaliações do Executive Master em MBA Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer), o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma práxis de qualidade e atualizada baseada na metodologia de ensino mais inovadora. Desta forma, e graças à abordagem inovadora e altamente eficiente deste programa, os estudantes terão as competências necessárias para se posicionarem como um gestor de prestígio na área da comunicação empresarial (Chief Communications Officer).



“

*Um programa com uma nova abordagem
que o preparará para trabalhar com sucesso
como Chief Communications Officer (CCO)
em empresas de todas as dimensões”*

01

Realizar uma comunicação adequada utilizando as ferramentas digitais mais avançadas

02

Executar planos de comunicação integrado

03

Aplicar as técnicas necessárias para a gestão de um departamento de comunicação nas empresas e instituições

04

Aplicação de processos criativos ao campo da comunicação empresarial

05

Implementar métricas rigorosas que demonstrem o retorno da gestão estratégica dos intangíveis, com indicadores não financeiros consolidados e com impacto direto nos negócios



06

Identificar audiências dos meios de comunicação.
Gerir eficazmente o departamento de comunicação de qualquer organização em todos os seus aspetos

08

Conceber estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão empresarial e a sua eficiência

09

Planear e executar planos de comunicação integrado

07

Elaboração de um roteiro para a sustentabilidade, transparência e economia social, a fim de harmonizar com o quadro ético global do setor em questão

10

Produzir textos com base nas convenções estruturais e linguísticas de cada tipologia textual



11

Implementar modelos de gestão para otimizar os processos de comunicação interna

12

Identificação do ambiente da empresa e do público-alvo

13

Estabelecer estratégias de comunicação complexas, para chegar a todos os públicos





14

Gerir a reputação da sua empresa

15

Utilizar as redes sociais e o *e-mobile* como apoio e revolução do marketing e utilizar estes instrumentos para alcançar os objetivos de publicidade e relações públicas

16

Desenvolver estratégias para a gestão de marcas e reputação empresarial, como recursos estratégicos para a diferenciação, legitimidade e excelência empresarial

06

Estrutura e conteúdo

O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicações Empresariais (CCO, Chief Communications Officer) alberga conteúdos inovadores e altamente especializados concebidos tendo em mente as necessidades dos profissionais do setor. Com uma abordagem eminentemente prática, técnica e orientada para os negócios, o programa de estudos cobre todos os postulados necessários para uma gestão de comunicação eficiente e bem sucedida.



“

O nosso programa de estudos abrangente permitir-lhe-á adquirir os conhecimentos necessários para se desenvolver com sucesso no campo da comunicação empresarial”

Plano de estudos

O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer), da TECH Universidade Tecnológica, é um programa intensivo que o prepara para enfrentar decisões em comunicação empresarial. O seu conteúdo destina-se a encorajar o desenvolvimento de competências de gestão para permitir uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 1.500 horas de estudo irá analisar uma multiplicidade de casos práticos, através de trabalho individual, conseguindo uma aprendizagem eficaz, que será de grande utilidade para si no seu trabalho diário. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa lida em profundidade com diferentes áreas da empresa e foi concebido para os gestores compreenderem a Comunicação Corporativa de uma perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano concebido para estudantes centrado no seu aperfeiçoamento profissional, que os prepara para alcançar a excelência no campo da gestão em si e da Comunicação Empresarial.

Um programa que compreende as suas necessidades e as da sua empresa, através de conteúdos inovadores, baseados nas últimas tendências, apoiado pela melhor metodologia educacional e uma faculdade excepcional, que lhe dará as competências para resolver situações críticas de uma forma criativa e eficiente.

Este programa tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em três grandes blocos:

Bloco 1 Aptidões de gestão e liderança

Módulo 1 Gestão das organizações

Módulo 2 Competências de gestão

Módulo 3 Ética e responsabilidade social das empresas

Bloco 2 Estratégia em Comunicação Empresarial

Módulo 4 Comunicação empresarial, estratégia de marca e reputação

Módulo 5 Planeamento estratégico na comunicação empresarial

Módulo 6 Aspetos gerenciais da comunicação empresarial

Bloco 3 Outras áreas de comunicação

Módulo 7 Comunicação em setores especializados

Módulo 8 Marketing e comunicação

Módulo 9 *Customer Relationship Management*

Módulo 10 Estratégia de comunicação no ambiente digital

Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer) completamente online. Durante os 12 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em 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.

Bloco 1: Aptidões de gestão e liderança

Módulo 1. Gestão das organizações

1.1. Direção estratégica

- 1.1.1. Desenho organizacional
- 1.1.2. Posicionamento estratégico da empresa
- 1.1.3. Estratégia competitiva e estratégia empresarial

1.2. Finanças empresariais

- 1.2.1. Política financeira e crescimento
- 1.2.2. Métodos de avaliação de empresas
- 1.2.3. Estrutura de capital e alavancagem financeira
- 1.2.4. Finanças para o *Global Communications Officer*

1.3. Liderança estratégica para a economia dos intangíveis

- 1.3.1. Estratégias de alinhamento cultural
- 1.3.2. Liderança empresarial e diferenciação
- 1.3.3. Agente de mudança e transformação

1.4. Conjuntura económica

- 1.4.1. Fundamentos da economia global
- 1.4.2. A globalização das empresas e dos mercados financeiros
- 1.4.3. Empreendedorismo e novos mercados

1.5. Inovação e transformação digital

- 1.5.1. Gestão e inovação estratégica
- 1.5.2. Pensamento criativo e *Design Thinking*
- 1.5.3. *Open Innovation*
- 1.5.4. *Share Economy*

1.6. Contexto internacional

- 1.6.1. Geopolítica
- 1.6.2. Mercado de divisas e taxas de câmbio
- 1.6.3. Cobertura com contratos de intercâmbio
- 1.6.4. Financiamento do investimento e das exportações no estrangeiro

Módulo 2. Competências de gestão

2.1. Falar em público e formação de porta-vozes

- 2.1.1. Comunicação interpessoal
- 2.1.2. Capacidade de comunicação e influência
- 2.1.3. Barreiras à comunicação

2.2. Comunicação e liderança

- 2.2.1. Liderança e estilos de liderança
- 2.2.2. Motivação
- 2.2.3. Capacidades e competências do líder 2.0

2.3. *Branding* pessoal

- 2.3.1. Estratégias para desenvolver o *branding* pessoal
- 2.3.2. Leis de *Branding* pessoal
- 2.3.3. Ferramentas da construção de marca pessoal

2.4. Gestão de equipas

- 2.4.1. Equipas de trabalho e direção de reuniões
- 2.4.2. Gestão de processos de mudança
- 2.4.3. Gestão de equipas multiculturais
- 2.4.4. *Coaching*

2.5. Negociação e resolução de conflitos

- 2.5.1. Técnicas de negociação efetivas
- 2.5.2. Conflitos interpessoais
- 2.5.3. Negociação intercultural

2.6. Inteligência emocional

- 2.6.1. Inteligência emocional e comunicação
- 2.6.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
- 2.6.3. Auto-estima e linguagem emocional

2.7. Capital relacional: *Coworking*

- 2.7.1. Gestão de Capital Humano
- 2.7.2. Análise de desempenho
- 2.7.3. Gestão da igualdade e da diversidade
- 2.7.4. Inovação na gestão de pessoas

2.8. Gestão do tempo

- 2.8.1. Planeamento, organização e controlo
- 2.8.2. Metodologia de gestão de tempo
- 2.8.3. Planos de ação
- 2.8.4. Ferramentas para a gestão eficaz do tempo

Módulo 3. Ética e responsabilidade social das empresas**3.1. Função diretiva e a RSE**

- 3.1.1. Visão estratégica da Responsabilidade Social das Empresas
- 3.1.2. O Painel de Controlo Integral
- 3.1.3. Sistemas e modelos para a implementação da RSE
- 3.1.4. Organização da RSE Papéis e responsabilidades

3.2. Corporate Responsibility

- 3.2.1. Criação de valor numa economia de intangíveis
- 3.2.2. RSE: compromisso empresaria
- 3.2.3. Impacto social, ambiental e económico

3.3. Financiamento e investimento responsáveis

- 3.3.1. Sustentabilidade e a responsabilidade do CFO
- 3.3.2. Transparência da informação
- 3.3.3. Financiamento e investimento responsáveis
- 3.3.4. Economia social, cooperativismo e responsabilidade social das empresas

3.4. Empresas e meio ambiente

- 3.4.1. Desenvolvimento sustentável
- 3.4.2. Resposta das empresas às questões ambientais
- 3.4.3. Resíduos e emissões

3.5. Packaging e meio ambiente

- 3.5.1. *Packaging* como uma estratégia de diferenciação empresarial
- 3.5.2. Animação e comunicação no ponto de venda
- 3.5.3. *Packaging Design* e tendências futuras

3.6. Sistemas e ferramentas de gestão responsável

- 3.6.1. Sistemas de gestão da responsabilidade social
- 3.6.2. Integração de sistemas
- 3.6.3. Sistemas de gestão da qualidade, ambiente, saúde e segurança no trabalho
- 3.6.4. Auditorias

3.7. Multinacionais e direitos humanos

- 3.7.1. Globalização, direitos humanos e empresas multinacionais
- 3.7.2. Multinacionais perante o Direito internacional
- 3.7.3. Instrumentos jurídicos específicos

3.8. Ambiente legal e Corporate Governance

- 3.8.1. Normas Internacionais de Importação e Exportação
- 3.8.2. Propriedade Intelectual e Industrial
- 3.8.3. Direito Internacional do Trabalho

Bloco 2: Estratégia em Comunicação Empresarial

Módulo 4. Comunicação empresarial, estratégia de marca e reputação

<p>4.1. Identidade corporativa e visão estratégica</p> <p>4.1.1. Identidade e redefinição dos valores corporativos</p> <p>4.1.2. Cultura empresarial corporativa</p> <p>4.1.3. Desafios do Departamento de Comunicação</p> <p>4.1.4. Imagem e projeção pública</p>	<p>4.2. Estratégia de marca corporativa</p> <p>4.2.1. Imagem pública e <i>Stakeholders</i></p> <p>4.2.2. Estratégia e gestão de <i>branding</i> empresarial</p> <p>4.2.3. Estratégia de comunicação empresarial alinhada com a identidade da marca</p>	<p>4.3. Teoria da reputação</p> <p>4.3.1. Reputação como um paradigma de bom negócio</p> <p>4.3.2. O conceito de reputação da empresa</p> <p>4.3.3. A reputação interna</p> <p>4.3.4. A influência da internacionalização na reputação da empresa</p>	<p>4.4. Avaliação da reputação</p> <p>4.4.1. A auditoria de reputação da empresa</p> <p>4.4.2. <i>Listed Companies Reputation Monitor</i></p> <p>4.4.3. Índice Reputacional de Boa Governança</p> <p>4.4.4. Análise da reputação sectorial</p>
<p>4.5. Gestão da reputação</p> <p>4.5.1. A gestão da reputação da empresa</p> <p>4.5.2. A abordagem reputacional da marca</p> <p>4.5.3. Gestão da reputação da liderança</p>	<p>4.6. Gestão de risco de reputação e de crises</p> <p>4.6.1. Ouvir e gerir as percepções</p> <p>4.6.2. Procedimentos, manual de crise e planos de contingência</p> <p>4.6.3. Formação do porta-voz em situações de emergência</p>	<p>4.7. Sustentabilidade ética</p> <p>4.7.1. Estratégia e critérios de sustentabilidade</p> <p>4.7.2. Campanhas de comunicação com critérios de sustentabilidade</p> <p>4.7.3. Posicionamento e imagem de marca sustentável</p>	<p>4.8. Métricas e análíticas de marca e reputação</p> <p>4.8.1. Introdução às métricas da marca corporativa</p> <p>4.8.2. Taxas de medição interna e externa</p> <p>4.8.3. Ferramentas de gestão da marca</p> <p>4.8.4. Rankings e valorização de marcas</p>

Módulo 5. Planeamento estratégico na comunicação empresarial

<p>5.1. <i>Strategic planner</i></p> <p>5.1.1. Planificador estratégico: origens e funções</p> <p>5.1.2. O <i>Strategic Planner</i> em empresas de publicidade, assessorias estratégicas e empresas de comunicação</p> <p>5.1.3. Gestão dos <i>Stakeholders</i></p>	<p>5.2. Modelos e escolas para planeamento</p> <p>5.2.1. Modelos para a gestão de intangíveis</p> <p>5.2.2. Intangíveis e plano estratégico</p> <p>5.2.3. Avaliação de intangíveis</p> <p>5.2.4. Reputação e intangíveis</p>	<p>5.3. Investigação qualitativa em planeamento estratégico</p> <p>5.3.1. Detecção de insights</p> <p>5.3.2. <i>Focus Group</i> para planeamento estratégico</p> <p>5.3.3. Planeamento de entrevistas estratégicas</p>	<p>5.4. Investigação quantitativa em planeamento estratégico</p> <p>5.4.1. Analisar dados e tirar conclusões</p> <p>5.4.2. Utilização de técnicas psicométricas</p> <p>5.4.3. Desafios da investigação aplicada na comunicação empresarial</p>
<p>5.5. Formulação da estratégia criativa</p> <p>5.5.1. Explorar alternativas estratégicas</p> <p>5.5.2. <i>Contrabriefing</i> ou <i>Briefing</i> Criativo</p> <p>5.5.3. <i>Branding</i> e <i>Positioning</i></p>	<p>5.6. Utilização estratégica de diferentes meios de comunicação</p> <p>5.6.1. Campanhas 360°</p> <p>5.6.2. Lançamento de novos produtos</p> <p>5.6.3. Tendências sociais</p> <p>5.6.4. Avaliação da eficácia</p>	<p>5.7. Tendências na comunicação empresarial</p> <p>5.7.1. Geração e distribuição de conteúdos empresariais</p> <p>5.7.2. Comunicação empresarial na Web 2.0</p> <p>5.7.3. Implementação de métricas no processo de comunicação</p>	<p>5.8. Patrocínio e mecenato</p> <p>5.8.1. Estratégias de ação em patrocínio, mecenato e publicidade social</p> <p>5.8.2. Oportunidades de comunicação e retornos tangíveis e intangíveis</p> <p>5.8.3. Ações de hospitalidade e parceria</p>

Módulo 6. Aspectos gerenciais da comunicação empresarial**6.1. Comunicação nas organizações**

- 6.1.1. Organizações, pessoas e sociedade
- 6.1.2. Evolução histórica do comportamento organizacional
- 6.1.3. Comunicação bidirecional
- 6.1.4. Barreiras à comunicação

6.2. Estrutura, gestão e desafios da administração da comunicação

- 6.2.1. Estrutura, gestão e desafios da administração da comunicação
- 6.2.2. Tendências atuais nos modelos de gestão
- 6.2.3. Integração de intangíveis
- 6.2.4. Desafios do departamento de comunicação

6.3. Plano de comunicação integrado

- 6.3.1. Auditoria e diagnóstico
- 6.3.2. Elaboração do plano de comunicação
- 6.3.3. Medição de resultados: KPIs e ROI

6.4. Efeitos dos meios de comunicação

- 6.4.1. Eficácia da comunicação comercial e publicitária
- 6.4.2. Teorias sobre os efeitos dos media
- 6.4.3. Modelos sociais e de co-criação

6.5. Gabinetes de imprensa e relações com os meios de comunicação

- 6.5.1. Identificação das necessidades e oportunidades de informação
- 6.5.2. Gestão de reportagens e entrevistas com porta-vozes
- 6.5.3. *Press-room virtual* e *e-communication*
- 6.5.4. Compra de espaços publicitários

6.6. Relações públicas

- 6.6.1. Estratégia e prática de relações públicas
- 6.6.2. Protocolos e regras cerimoniais
- 6.6.3. Organização de eventos e gestão criativa

6.7. Lobbies e grupos de pressão

- 6.7.1. Grupos de opinião e o seu papel nas empresas e instituições
- 6.7.2. Relações institucionais e *Lobbying*
- 6.7.3. Áreas de intervenção, instrumentos regulamentares, estratégia e meios de divulgação

6.8. Comunicação interna

- 6.8.1. Motivação, ação social, participação e programas de capacitação de RH
- 6.8.2. Ferramentas de comunicação interna e meios de comunicação
- 6.8.3. O plano de comunicação interna

6.9. Branding & Naming

- 6.9.1. Gestão de marcas e coordenação de lançamentos de novos produtos
- 6.9.2. Reposicionamento de marcas

6.10. Previsão de audiências e fontes de dados

- 6.10.1. Unidades de medição e perfis de audiência
- 6.10.2. Afinidade, *Share*, *Rating* e *GRP's*
- 6.10.3. Fornecedores atuais no mercado da publicidade

Bloco 3: Outras áreas de comunicação

Módulo 7. Comunicação em setores especializados

<p>7.1. Comunicação financeira</p> <p>7.1.1. O valor dos intangíveis</p> <p>7.1.2. Comunicação financeira em empresas cotadas</p> <p>7.1.3. Os emissores da Comunicação Financeira</p> <p>7.1.4. Público-alvo para operações financeiras</p>	<p>7.2. Comunicação política e eleitoral</p> <p>7.2.1. Imagem em campanhas políticas e eleitorais</p> <p>7.2.2. Publicidade política</p> <p>7.2.3. Plano de comunicação política e eleitoral</p> <p>7.2.4. Auditorias de comunicação eleitoral</p>	<p>7.3. Comunicação e saúde</p> <p>7.3.1. Jornalismo e informação sobre saúde</p> <p>7.3.2. Comunicação interpessoal e de grupo aplicada à saúde</p> <p>7.3.3. Comunicação de riscos e gestão da comunicação de crises sanitárias</p>	<p>7.4. Cultura digital e museografia hipermédia</p> <p>7.4.1. Produção e difusão da arte na era digital</p> <p>7.4.2. Os espaços culturais como paradigma da hipermídia e das convergências transmedia</p> <p>7.4.3. Participação construtiva na cultura digital</p>
<p>7.5. Comunicação de vanguarda dos organismos públicos</p> <p>7.5.1. Comunicação no setor público</p> <p>7.5.2. Estratégia e criação na comunicação das organizações públicas</p> <p>7.5.3. Bens intangíveis no setor público</p> <p>7.5.4. Política informativa das organizações públicas</p>	<p>7.6. Comunicação em organizações sem fins lucrativos</p> <p>7.6.1. ENL e relação com agências estatais</p> <p>7.6.2. Reputação corporativa de entidades sem fins lucrativos</p> <p>7.6.3. Diagnóstico, avaliação e desenvolvimento de planos de comunicação para este tipo de entidades</p> <p>7.6.4. Diferentes figuras e meios de comunicação</p>		

Módulo 8. Marketing e comunicação

<p>8.1. <i>Product Placement e Branded Content</i></p> <p>8.1.1. Formas únicas de comunicação e product placement</p> <p>8.1.2. Conceitos, produtos e serviços em meios de comunicação de fácil utilização</p>	<p>8.2. Planeamento e contratação de meios digitais</p> <p>8.2.1. <i>Real Time Biding</i></p> <p>8.2.2. Planeamento integrado de campanhas digitais</p> <p>8.2.3. Painel de controlo de gastos em publicidade</p>	<p>8.3. Marketing promocional</p> <p>8.3.1. Promoções para o consumidor</p> <p>8.3.2. Força de vendas, canal, ponto de venda e promoções especiais</p> <p>8.3.3. Sucesso e rentabilidade das ações promocionais</p>	<p>8.4. Planeamento, execução e medição de campanhas SEM</p> <p>8.4.1. Marketing de motores de busca</p> <p>8.4.2. Conversão do tráfego em tráfego qualificado</p> <p>8.4.3. Gestão de projetos SEM</p>
<p>8.5. Métricas e análise de desempenho em campanhas publicitárias digitais</p> <p>8.5.1. <i>Adservers</i></p> <p>8.5.2. Métricas tradicionais e GRP's digitais</p> <p>8.5.3. <i>CrossMedia</i> e interações</p>	<p>8.6. <i>Display Advertising, Rich Media e Publicidade Viral</i></p> <p>8.6.1. Meios, formatos e suportes</p> <p>8.6.2. O funil de conversão</p> <p>8.6.3. Buzz Marketing e WOM</p>	<p>8.7. <i>Mobile Marketing, geolocalização e internet TV</i></p> <p>8.7.1. Novas aplicações do <i>Mobile Marketing</i></p> <p>8.7.2. Geolocalização</p> <p>8.7.3. Aplicações que integram webs, <i>Geotagging</i> e <i>mobile</i></p>	<p>8.8. Eficácia publicitária</p> <p>8.8.1. Pesquisa de campanhas e técnicas de campanhas</p> <p>8.8.2. Análise de cobertura e de frequência eficaz</p> <p>8.8.3. Notoriedade e padrões de distribuição temporal da pressão publicitária</p>

Módulo 9. Customer relationship management**9.1. CRM e Marketing relacional**

- 9.1.1. Filosofia empresarial ou orientação estratégica
- 9.1.2. Identificação e diferenciação do cliente
- 9.1.3. A empresa e os seus *Stakeholders*
- 9.1.4. *Clienting*

9.2. Database Marketing e Customer Relationship Management

- 9.2.1. Aplicações do Database Marketing
- 9.2.2. Fontes de informação, armazenamento e processamento

9.3. Psicologia e comportamento do consumidor

- 9.3.1. O estudo do comportamento dos consumidores
- 9.3.2. Fatores internos e externos do consumidor
- 9.3.3. Processo de decisão do consumidor
- 9.3.4. Consumismo, sociedade, marketing e ética

9.4. Marketing Consumer Centric

- 9.4.1. Segmentação
- 9.4.2. Análise da rentabilidade
- 9.4.3. Estratégias de fidelização do cliente

9.5. Técnicas CRM management

- 9.5.1. Marketing direto
- 9.5.2. Integração multicanal
- 9.5.3. Marketing viral

9.6. Vantagens e perigos da implementação do CRM

- 9.6.1. CRM, vendas e custos
- 9.6.2. Satisfação e lealdade do cliente
- 9.6.3. Implementação tecnológica
- 9.6.4. Erros estratégicos e de gestão

Módulo 10. Estratégia de comunicação no ambiente digital**10.1. Web 2.0 ou web social**

- 10.1.1. A organização na era da conversação
- 10.1.2. A web 2.0 são pessoas
- 10.1.3. Ambiente digital e novos formatos de comunicação

10.2. Comunicação e reputação digital

- 10.2.1. Relatório de reputação online
- 10.2.2. Netiqueta e melhores práticas em redes sociais
- 10.2.3. *Branding e Networking 2.0*

10.3. Conceção e planeamento de um plano de reputação online

- 10.3.1. Plano de reputação da marca
- 10.3.2. Métricas gerais, ROI e CRM social
- 10.3.3. Crise online e SEO reputacional

10.4. Plataformas generalistas, profissionais e *Microblogging*

- 10.4.1. Facebook
- 10.4.2. LinkedIn
- 10.4.3. Twitter

10.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade

- 10.5.1. Youtube
- 10.5.2. Instagram
- 10.5.3. Flickr
- 10.5.4. Vimeo
- 10.5.5. Pinterest

10.6. Estratégia de conteúdo e *Storytelling*

- 10.6.1. *Blogging* empresarial
- 10.6.2. Estratégia de Marketing de conteúdos
- 10.6.3. Criação de um plano de conteúdos
- 10.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdos

10.7. Estratégias em *Social Media*

- 10.7.1. Relações públicas empresariais e social media
- 10.7.2. Definição da estratégia a seguir em cada meio
- 10.7.3. Análise e avaliação dos resultados

10.8. *Community Management*

- 10.8.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *Community Manager*
- 10.8.2. Gestora de Social Media
- 10.8.3. Social Media Strategist

10.9. Plano de social media

- 10.9.1. Elaboração de um plano de social media
- 10.9.2. Calendário, orçamento, expectativas e monitorização
- 10.9.3. Protocolo de contingência em caso de crise

10.10. Ferramentas de monitorização online

- 10.10.1. Ferramentas de gestão e aplicações de escritório
- 10.10.2. Ferramentas de monitorização e inquérito

07

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.



08

O perfil dos nossos alunos

O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer) é um programa destinado aos profissionais de finanças que desejam atualizar os seus conhecimentos, descobrir novas formas de da Informação e da Comunicação no das empresas e avançar nas suas carreiras. A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa, o que é sem dúvida uma mais-valia para qualquer pessoa que deseje desenvolver-se num ambiente internacional.



“

Se tem experiência em na área de Comunicação e procura uma melhoria interessante na sua carreira enquanto continua trabalhar, este é o programa para si”

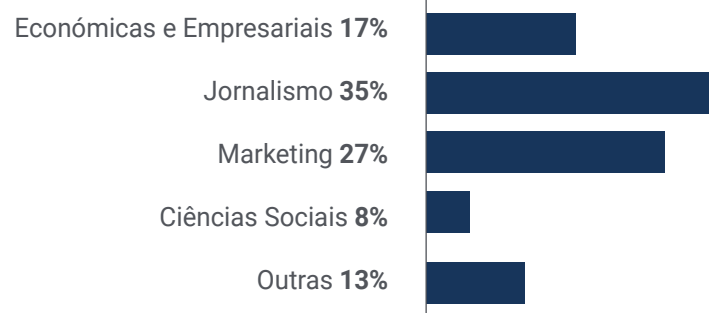
Idade média

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

Anos de experiência



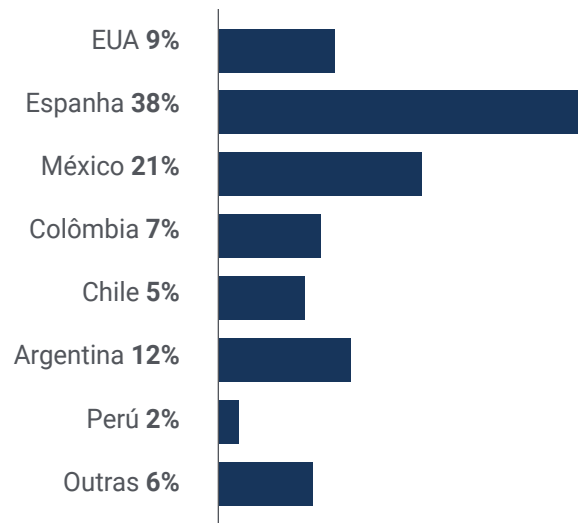
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



José Huertas

Diretor de comunicação

"O mundo da comunicação tem uma série de particularidades que só podem ser conhecidas enquanto se trabalha e, no campo da comunicação empresarial, esta premissa é ainda mais notável. Contudo, graças a este programa da TECH pude manter-me a par dos principais desenvolvimentos no setor e aplicar tudo o que aprendi no meu trabalho diário, obtendo grandes benefícios num curto período de tempo"

09

Direção do curso

Na nossa universidade temos profissionais especializados em cada área do conhecimento, que trazem a experiência do seu trabalho para as nossas capacitações. Uma equipa multidisciplinar de reconhecido prestígio que se reuniu para lhe oferecer todo o seu conhecimento neste campo.



“

A nossa equipa docente especialistas em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer), ajudá-lo-ão a alcançar o sucesso na sua profissão”

Direção



Sr. Salvador Larrosa Guirao

- ♦ Professor especializado em finanças com vasta experiência neste campo e no ensino

Professores

Sra. Silvia Gomis Noriega

- ♦ Professora de inovação
- ♦ Docente com ampla experiência e um longo percurso no ensino



10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um programa com estas características é um grande investimento económico, profissional e, claro, pessoal. O objetivo final da realização deste grande esforço deve ser o de alcançar o crescimento profissional. Para tal, oferecemos-lhe um programa do mais alto nível académico, que lhe dará um impulso às suas competências e, por conseguinte, poderá dar um salto em frente a um nível profissional.



“

Este programa da TECH permitir-lhe-á adquirir as habilidades que necessita para ter êxito na sua profissão"

Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

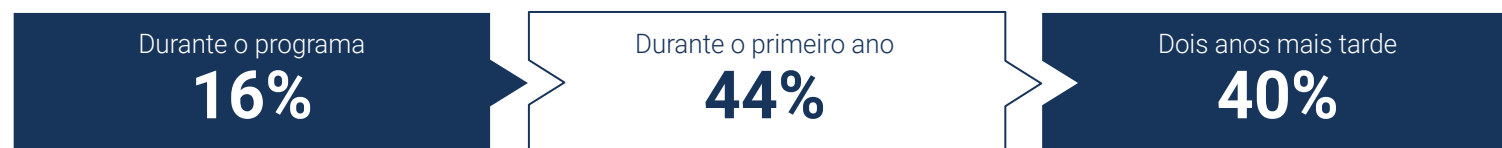
O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer) da TECH é um programa intenso que o prepara para enfrentar desafios empresarial a nível de Comunicação Empresarial, tanto no campo Offline como Online. O seu principal objetivo é promover crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

Se quer se superar-se a si mesmo, fazer uma mudança profissional positiva e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

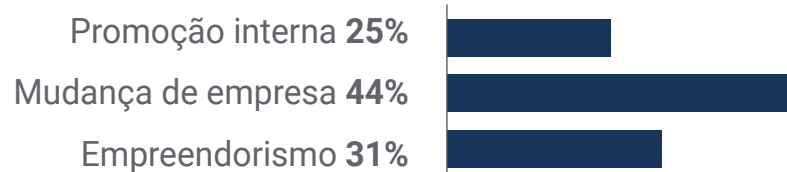
Atinja a mudança positiva na sua carreira, graças à ao completar este programa de especialização.

A promoção interna é uma das melhores opções para melhorar a sua carreira, por isso não hesite mais e forme-se para o sucesso na sua empresa.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria dos salários

A conclusão deste programa significa um aumento no salário de mais de **25,22%** para nossos alunos.



11

Benefícios para a sua empresa

O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer) contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da especialização de líderes de alto nível. Completar este programa é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

A TECH permitir-lhe-á conhecer as principais ferramentas para poder manusear-se com facilidade na sua profissão”

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

Trazer para a empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o gestor 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 contactos com os principais mercados da economia mundial.



05

Desenvolvimento de projetos próprios

Para poder trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos na área de I&D ou Desenvolvimento de Negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este Executive Master irá preparar os nossos alunos com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionar a organização.

12

Certificação

O Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer) garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Executive Master 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 **Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer)** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

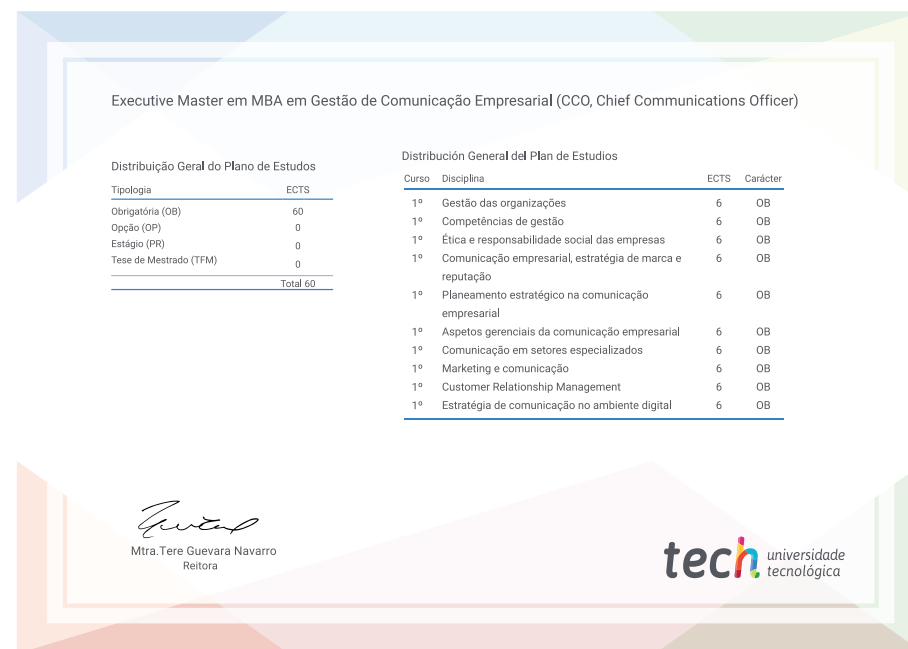
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio*, com aviso de receção, o certificado correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Executive Master em MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer)**

ECTS: **60**

Carga horária: **1500 horas**



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



Executive Master MBA em Gestão de Comunicação Empresarial (CCO, Chief Communications Officer)

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Créditos: **60 ECTS**
- » Tempo Dedicado: **16 horas/semana**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Executive Master

MBA em Gestão de Comunicação Empresarial
(CCO, Chief Communications Officer)