

Executive Master

Construção de Marca Pessoal

M C M P



Executive Master

Construção de Marca Pessoal

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: Graduados que tenham concluído anteriormente qualquer um dos cursos nas áreas de Ciências Sociais, Administrativas e Empresariais, Marketing e Comunicação Corporativa

Acesso ao site: www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-construcao-marca-pessoal

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Por que estudar na TECH?

pág. 6

03

Por que o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 18

06

Estrutura e conteúdo

pág. 22

07

Metodologia

pág. 36

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 44

09

Direção do curso

pág. 48

10

Impacto para a sua carreira

pág. 54

11

Benefícios para a sua
empresa

pág. 58

12

Certificado

pág. 62

01

Boas-vindas

Desenvolver-se com sucesso no mundo dos negócios no universo digital exige visibilidade e a implementação de estratégias eficazes que levem à criação de uma marca pessoal poderosa, gerando uma comunidade sólida e leal que faz com que ela cresça. Neste sentido, a figura do *Brand Manager* adquiriu especial relevância, dadas as suas habilidades para a concepção e o desenvolvimento de ações em um ecossistema em expansão. Por este motivo, a TECH está lançando esta proposta acadêmica 100% online que permitirá aos alunos obter conhecimentos especializados sobre a fase de autodiagnóstico, planejamento, técnicas de visibilidade e *Growth Marketing*. Tudo isso, com uma excelente equipe de especialistas com ampla experiência em Comunicação e Marketing.



Executive Master em Construção de Marca Pessoal.
TECH Universidade Tecnológica



“

Lance com sucesso sua marca pessoal graças a este Executive Master, desenvolvido por personalidades importantes do setor de Comunicação e Marketing”

02

Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo 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 alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

95%

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

+100.000

gestores capacitados a cada ano

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.



A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



Análise

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



Excelência acadêmica

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.



Aprenda com os melhores

Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"

03

Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

Contamos com um corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.

03

Consolidar o aluno na gestão empresarial

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

Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.

04

Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.

05

Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.

08

Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.

04

Objetivos

Este programa foi elaborado com o objetivo principal de oferecer ao profissional o conhecimento necessário para criar e gerenciar um projeto de Marca Pessoal do início ao fim com todas as garantias de sucesso. Para atingir este objetivo, o aluno será equipado com ferramentas pedagógicas que lhe permitirão adquirir um aprendizado teórico e prático que poderá ser aplicado diretamente em sua prática diária. Ao final do curso, os alunos serão capazes de criar uma proposta de valor, definir seu modelo de negócios e trabalhar em sua identidade verbal e visual em ambientes digitais.



“

Você analisará diversas histórias de sucesso de marcas pessoais de empreendedores e profissionais independentes para que possa integrar a metodologia deles à sua construção de marca pessoal”

Na TECH, os objetivos dos alunos são os nossos objetivos.
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O Executive Master em Construção de Marca Pessoal capacitará o aluno para:

01

Identificar e definir os principais elementos para desenvolver e gerenciar uma marca pessoal de forma eficaz

02

Descobrir os elementos que lhe ajudarão a trabalhar na identidade de sua marca pessoal e a obter coerência

03

Trabalhar minuciosamente nos elementos estratégicos que formarão a base das mensagens e do relato pessoal

04

Desenvolver a mensagem em suas diferentes formas, racional e emocional

05

Conceitualizar uma estratégia de conteúdo alinhada com a marca pessoal



06

Examinar as possibilidades oferecidas pelas principais plataformas sociais para a criação de estratégias eficazes de marca pessoal

08

Analisar e definir os principais elementos que compõem um perfil otimizado no LinkedIn, compilando estratégias eficazes para fortalecer a presença digital nessa plataforma

09

Determinar como abordar e aprimorar o processo de criação de conteúdo

07

Identificar as etapas para o desenvolvimento de um plano estratégico de marca pessoal nas redes sociais, estabelecendo objetivos e KPIs para medir os resultados

10

Estudar casos de sucesso de marcas pessoais em diferentes setores



05

Competências

Para executar uma estratégia correta de Marca Pessoal, é necessário dominar todas as ferramentas digitais disponíveis atualmente. Por este motivo, este programa inclui em seu programa de estudos os softwares mais avançados existentes para a organização e criação de conteúdo, bem como para o desenvolvimento de ações nas redes sociais mais populares. Além disso, graças à proximidade dos professores, o aluno poderá resolver qualquer dúvida que possa ter sobre o conteúdo este programa de estudos avançado.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has several bars of varying heights. The text 'profit trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Aproveite ao máximo as ferramentas digitais existentes para desenvolver conteúdo para sua marca pessoal em diferentes redes sociais”

01

Desenvolver a melhor fórmula estratégica para se conectar com o público

02

Aprimorar as habilidades de criação de conteúdo relevante e envolvente para o público no LinkedIn e demonstrar o impacto desse conteúdo no crescimento da comunidade e na construção da marca pessoal

03

Avaliar e examinar a análise de dados da atividade do LinkedIn e informar a tomada de decisões estratégicas com base nos resultados obtidos





04

Aprimorar as habilidades de comunicação eficaz para melhorar o *Networking*

05

Aplicar métricas para medir o sucesso das estratégias de *Networking* e Relações Públicas

06

Gerar habilidades digitais especializadas para qualquer marca pessoal: comunicar-se para vender

06

Estrutura e conteúdo

Em um mercado cada vez mais competitivo, é essencial que haja uma gestão adequada do *Personal Branding*. Por esta razão, este Executive Master foi desenvolvido para oferecer as técnicas e ferramentas de comunicação e marketing corporativo que permitem a diferenciação e o crescimento profissional no mundo digital. Tudo isso, em um programa que ocorre durante 12 meses e pretende ser uma experiência de aprendizado única.



“

Você está diante de uma capacitação flexível, sem aulas presenciais e com um programa de estudos que pode ser acessado 24 horas por dia, em qualquer dispositivo eletrônico com conexão à Internet”

Plano de estudos

O Executive Master em Construção de Marca Pessoal é uma opção acadêmica que leva os profissionais a se especializarem na criação de *Branding*, Identidade Digital e Reputação, por meio das técnicas mais eficazes de autodiagnóstico, planejamento e implementação de uma estratégia no mundo digital.

Trata-se, portanto, de um Curso avançado com um programa que também abrange o *Brand Core*, o *Brand Positioning*, o *Elevator pitch*, o *Storytelling* pessoal e a seleção de plataformas estratégicas ou a criação de um plano de conteúdo, entre outros. Um extenso programa de estudos complementado por resumos em vídeo de cada tópico, vídeos *in focus*, leituras complementares e diversos estudos de caso que permitirão ao profissional obter uma experiência de aprendizado eficaz.

Além disso, graças ao método *Relearning*, os alunos não precisarão investir um grande número de horas no aprendizado, pois a repetição contínua do conteúdo mais importante ao longo das 1.500 horas de ensino permitirá que eles consolidem facilmente esses conceitos.

Uma excelente oportunidade de progredir em um curso universitário que você pode estudar de forma conveniente, quando e onde quiser. Tudo o que você precisa é de um dispositivo digital (celular, *Tablet* ou computador) com conexão à Internet para visualizar esse programa de última tecnologia, que é único no mundo acadêmico.

Este Executive Master tem duração de 12 meses e é dividido em 10 módulos:

Módulo 1

Construção de Marca Pessoal. Marca pessoal, identidade digital e reputação corporativa

Módulo 2

Autodiagnóstico para construção de marca pessoal Reputação no mercado, SWOT, auditoria e *Benchmarking*

Módulo 3

Planejamento de marca pessoal. Análise dos fatores diferenciais. Pilares do posicionamento: *Brand Core* e *Brand Positioning*

Módulo 4

Estratégia de marca pessoal. Brand persona. Elementos de identidade verbal e visual. *Elevator pitch*, oratória e *storytelling* personal

Módulo 5

Desenvolvimento de marca pessoal. Seleção estratégica de plataformas, estratégia de comunicação e plano de conteúdo Técnicas de *copywriting*

Módulo 6

Social media Branding. Estratégia de visibilidade e *engajamento* no Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

Módulo 7

Personal branding no LinkedIn. Estratégias de visibilidade e *engajamento* no LinkedIn

Módulo 8

O *Networking para construção de marca pessoal*. *Networking*, eventos e estratégias de RP como alavancas para o crescimento

Módulo 9

Estratégias, técnicas e ferramentas de *inbound* e *e-mail marketing* para criar e gerar conteúdo de marca pessoa l

Módulo 10

KPIs Impacto da marca pessoal: métricas para medir resultados e histórias de sucesso em vários setores



Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a você a possibilidade de desenvolver este Executive Master em Construção de Marca Pessoal totalmente online. Durante os 12 meses de capacitação, o aluno terá acesso a todo o conteúdo do curso a qualquer momento, o que lhe permitirá autogerenciar seu tempo de estudo.

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu crescimento profissional.

Módulo 1. Construção de Marca Pessoal. Marca pessoal, identidade digital e reputação corporativa

1.1. Branding pessoal

- 1.1.1. Branding pessoal Aspectos estratégicos fundamentais
- 1.1.2. Benefícios de gerenciar uma Marca Pessoal
- 1.1.3. Branding Pessoal no mercado

1.2. Jornada da marca pessoal

- 1.2.1. Fase de autoconhecimento
- 1.2.2. Fase de propósito
- 1.2.3. Fase de posicionamento e visibilidade
- 1.2.4. Fase de resultado: ferramentas para ser a opção escolhida

1.3. Identidade digital e Netiqueta

- 1.3.1. Identidade digital
- 1.3.2. A Netiqueta e seu impacto na marca pessoal
- 1.3.3. Aplicação da Netiqueta nas diferentes plataformas

1.4. Posicionamento na rede

- 1.4.1. Como conhecer, controlar e gerenciar a reputação online
- 1.4.2. A importância da marca pessoal na era digital
- 1.4.3. Busca de palavras-chave para a marca pessoal

1.5. Habilidades-chave para a construção da marca pessoal

- 1.5.1. Comunicação eficaz
- 1.5.2. Liderança e gestão de equipes
- 1.5.3. Pensamento crítico e resolução de problemas

1.6. Reputação corporativa da marca pessoal

- 1.6.1. Reputação corporativa sólida
- 1.6.2. Gerenciamento da reputação online
- 1.6.3. Reputação corporativa e ética

1.7. Monetização da marca pessoal

- 1.7.1. Pesquisa de nicho de mercado
- 1.7.2. Modelo de negócio e diversificação de fontes de renda
- 1.7.3. Elaboração de propostas e condições

1.8. Inovação na marca pessoal

- 1.8.1. Identificação de novas oportunidades e tendências
- 1.8.2. Experimentação com novas formas e abordagens
- 1.8.3. *Design thinking* aplicado à marca pessoal

1.9. Prevenção e gestão de crises offline e online para marcas pessoais

- 1.9.1. Fortalecimento da marca pessoal para prevenção de crises
- 1.9.2. Manejo de crises de reputação offline e online
- 1.9.3. Implementação de medidas após a crise

1.10. Manutenção e atualização da marca pessoal

- 1.10.1. O plano de melhoria contínua
- 1.10.2. Mapa de competências
- 1.10.3. Revisão do plano de ação

Módulo 2. Autodiagnóstico para a construção de marca pessoal Reputação de mercado, SWOT, auditoria e *benchmarking***2.1. Autodiagnóstico para a construção de marca pessoal**

- 2.1.1. Autoavaliação e autoconhecimento para a construção de marca pessoal
- 2.1.2. Autoconhecimento: o primeiro passo na gestão da marca pessoal
- 2.1.3. Aspectos-chave durante o processo de personal branding

2.2. Reputação no mercado. Um olhar para o exterior

- 2.2.1. Importância das percepções e da reputação de uma marca
- 2.2.2. Conexão entre o que os outros percebem e os valores da marca pessoal
- 2.2.3. Coleta dos dados que são percebidos no mercado como marca pessoal

2.3. SWOT Pessoal aplicado à Marca Pessoal

- 2.3.1. SWOT aplicado à marca pessoal
- 2.3.2. Estratégia de desenvolvimento do SWOT pessoal
- 2.3.3. Como potencializar e rentabilizar as forças

2.4. Auditoria, boas práticas e benchmarking

- 2.4.1. Identificação das marcas pessoais de referência no setor
- 2.4.2. Identificação dos fatores que levam ao sucesso
- 2.4.3. Objetivo de posicionamento a ser alcançado como marca pessoal

2.5. O Propósito: a estrela polar que guia a Marca Pessoal

- 2.5.1. O propósito de vida
- 2.5.2. Identificação do propósito: perguntas poderosas
- 2.5.3. Ikigai e outras ferramentas esclarecedoras
- 2.5.4. Coerência e identidade. Conexão entre marca pessoal e propósito de vida

2.6. Os Objetivos na marca pessoal

- 2.6.1. Estratégia de identificação do objetivo número um para a marca pessoal
- 2.6.2. Determinação de objetivos SMART
- 2.6.3. Reflexão sobre visibilidade ou vendas

2.7. Reflexão sobre público-alvo e proposta de valor

- 2.7.1. Público-alvo: identificação da empresa interessada em suas forças
- 2.7.2. Determinação da proposta de valor
- 2.7.3. Estratégia para desenvolver a proposta de valor

2.8. Impacto do autoconhecimento no desenvolvimento da marca pessoal

- 2.8.1. Estudo de caso: processo de identificação dos valores de marca
- 2.8.2. Estudo de caso: utilidade para influenciar na diferenciação como marca pessoal
- 2.8.3. Estudo de caso: o impacto no público-alvo

2.9. Modelo de negócio

- 2.9.1. Estudo da viabilidade de monetização de uma marca pessoal
- 2.9.2. Identificação dos agentes principais e outros aspectos relevantes
- 2.9.3. Lançamento de um negócio de marca pessoal

2.10. Personal Branding Model Canvas na prática

- 2.10.1. Apresentação do *Personal Branding Model Canvas*
- 2.10.2. Uso da ferramenta
- 2.10.3. Exemplo prático

Módulo 3. Planejamento de marca pessoal. Análise dos fatores de diferenciação da marca pessoal. Pilares do posicionamento: *Brand Core* e *Brand Positioning*

3.1. Os três pilares do posicionamento de marca: conheça-se, desenvolva-se, mostre-se

- 3.1.1. A metodologia do iceberg da marca pessoal
- 3.1.2. A ordem: a ferramenta essencial para o sucesso
- 3.1.3. Mudança e dinamismo. A necessidade de reavaliação

3.2. Como transformar a análise SWOT pessoal em um plano estratégico

- 3.2.1. Como transformar fraquezas em forças
- 3.2.2. Como transformar ameaças em oportunidades
- 3.2.3. Como transformar forças em oportunidades

3.3. Brand Core I. Propósito: Identificação. Utilidade. Exemplos

- 3.3.1. Se você tem um porquê, resolverá o como e o quê
- 3.3.2. Metodologias para identificar o propósito
- 3.3.3. Exemplos inspiradores de propósito

3.4. Brand Core II. Visão. Exemplos

- 3.4.1. Visão a curto, médio e longo prazo. Definição de objetivos
- 3.4.2. Por que vale a pena ser ambicioso na visão
- 3.4.3. Exemplos inspiradores de visão e sua utilidade na marca pessoal

3.5. Brand Core III. Valores: Identificação, Gestão e Projeção. Exemplos

- 3.5.1. Ferramentas para identificar valores
- 3.5.2. Gestão de valores e projeção por meio de imagens ou depoimentos
- 3.5.3. Exemplos de projeção e utilização de valores

3.6. Brand Positioning I. Público-alvo, segmentos de clientes

- 3.6.1. Perfis demográficos para identificar públicos-alvo
- 3.6.2. Perfis psicológicos. Medos e ilusões.
- 3.6.3. Empatia: Compreensão das objeções das pessoas para trabalhar com você

3.7. Brand Positioning II. Mercado

- 3.7.1. Compreensão do contexto de mercado do público-alvo
- 3.7.2. Pesquisa para medir o mercado potencial
- 3.7.3. Desenvolvimento de mapas de posicionamento

3.8. Brand Positioning III. Objetivos

- 3.8.1. Objetivo por campo de referência
- 3.8.2. Objetivo por especialidade
- 3.8.3. Objetivo por área geográfica

3.9. Brand Positioning IV. Proposta de valor. Relevância e Diferença. Exemplos

- 3.9.1. Quadro de proposta de valor pessoal. O cliente
- 3.9.2. Quadro de proposta de valor pessoal. A diferença relevante
- 3.9.3. Exemplos inspiradores de propostas de valor pessoal

3.10. Brand Positioning V. Business Model You, seu modelo de negócio

- 3.10.1. O quadro do Business Model You de Osterwalder, Pigneur, Clark
- 3.10.2. Elemento fundamental: Clientes, valor agregado, canais e funções
- 3.10.3. Atividades, recursos, principais parceiros e modelo econômico

Módulo 4. Estratégia de marca pessoal. Brand persona. Elementos de identidade verbal e visual. *Elevator pitch*, oratória e *storytelling personal***4.1. Brand Persona I. Arquétipos de marcas pessoais. Exemplos**

- 4.1.1. Os 12 arquétipos de Jung. Exemplos
- 4.1.2. Os 16 arquétipos do teste 16 *Personalities*
- 4.1.3. A mistura arquetípica. Impulso e medo na gestão de arquétipos

4.2. Brand persona II. Personalidade

- 4.2.1. *Brand Voice*. Descritores do tom de voz
- 4.2.2. Projeção do tom de voz
- 4.2.3. Exemplos de uso do tom de voz

4.3. Brand persona III. Naming & Tagline

- 4.3.1. Utilização de mapas mentais para chegar ao *tagline*
- 4.3.2. Utilização do *brainstorming* para chegar ao *tagline*
- 4.3.3. Os cinco formatos de um slogan memorável

4.4. Identidade Verbal e Não Verbal

- 4.4.1. Identidade verbal. Estilo escrito e estilo oral
- 4.4.2. Identidade não verbal: O que define nossa "uniqueness"
- 4.4.3. Exemplos inspiradores de identidade verbal e não verbal

4.5. Identidade visual, imagem e coerência com a mensagem

- 4.5.1. Identidade visual neutra: Passar despercebido com a "não imagem"
- 4.5.2. Identidade visual marcada, prós e contras
- 4.5.3. Exemplos de identidade visual

4.6. Elevator Pitch. Exemplos

- 4.6.1. O método Tony Reiss: Wow, How, Now
- 4.6.2. Apresentação pessoal, pitch de venda, pitch de captação de investidores
- 4.6.3. Adaptação à vida real. Exemplos

4.7. Oratória, elementos de um discurso natural e inspirador

- 4.7.1. O esqueleto do discurso e o solucionador
- 4.7.2. O bom, o mau, a jornada, o desfecho
- 4.7.3. O que os melhores contos têm em comum

4.8. De dados a relatos: Os 5 tipos de storytelling pessoal

- 4.8.1. Relato introdutório e relato introspectivo
- 4.8.2. Relato de proposta de valor
- 4.8.3. Relato de valores e relato para romper barreiras

4.9. Aprendendo com os melhores: os melhores relatos pessoais

- 4.9.1. Relato empresarial
- 4.9.2. Relato político ou focado em uma eleição
- 4.9.3. Relato adaptado a qualquer situação

4.10. Personal Branding Canvas

- 4.10.1. Concorrentes: audiência, posicionamento, comunicação
- 4.10.2. Setor: habilidades, profissão, motivos para acreditar, identidade
- 4.10.3. Investimentos e resultados

Módulo 5. Desenvolvimento de marca pessoal. Seleção estratégica de plataformas, estratégia de comunicação e plano de conteúdo Técnicas de *copywriting*

5.1. Quadro de Comunicação Pessoal I. Público-alvo, mensagem e meio

- 5.1.1. Público-alvo: Antecedentes, dados demográficos, obstáculos, objeções comuns
- 5.1.2. Mensagem: Proposta de valor, Pitch, bio em redes sociais, sobre mim, LinkedIn, relato pessoal
- 5.1.3. Meio: Massivos, redes profissionais, pessoais ou híbridas, redes verticais

5.2. Quadro de Comunicação II. Ingredientes e formatos para uma biografia digital

- 5.2.1. Escolha do nome de marca pessoal com base em sua exclusividade e força
- 5.2.2. Reformulação de uma proposta de valor em um título breve
- 5.2.3. Definição da ocupação, experiência, competências técnicas e competências interpessoais

5.3. Quadro de Comunicação III. O plano de conteúdo: Criação

- 5.3.1. Escolha de fontes, modelos de assinatura
- 5.3.2. Estabelecimento de categorias e subcategorias
- 5.3.3. 800 palavras inspiradas em experiências e competências

5.4. Quadro de Comunicação IV. O plano de conteúdo: Curadoria

- 5.4.1. Formatos de curadoria e programação de conteúdos
- 5.4.2. A hora da verdade: publicar, comentar, interagir, conectar
- 5.4.3. Controlar, iterar, testar

5.5. Quadro de Comunicação V. Prescritores

- 5.5.1. Clientes satisfeitos, o melhor prescriptor
- 5.5.2. Family & Friends: colegas de estudos, colegas de trabalho
- 5.5.3. Líderes setoriais, associações profissionais

5.6. Quadro de Comunicação VI. Investimento em marketing pessoal, monetização

- 5.6.1. Investimento: tempo, assinaturas, legal, *branding*, paid media, custos variáveis
- 5.6.2. Monetização: venda de produto, tempo (consultoria, formação, mentoria)
- 5.6.3. Monetização passiva: assinaturas, licenças, cursos online, *ebooks*, vendas por afiliação

5.7. Estratégias de copywriting: Do conceito ao texto

- 5.7.1. Benefícios versus características
- 5.7.2. Prova social e efeito Bandwagon
- 5.7.3. Títulos, mensagens, metáforas, verbos e ritmo

5.8. Estratégias de inteligência artificial aplicadas a conteúdos, copywriting e imagem

- 5.8.1. IA não substitui, complementa. Estratégia de uso da IA
- 5.8.2. *Prompts* para expandir conteúdos
- 5.8.3. *Prompts* para *copywriting* e uso de imagens

5.9. Ferramentas para prevenção e gestão de crises

- 5.9.1. Monitoramento da presença online
- 5.9.2. Criação de protocolos do plano de ação
- 5.9.3. Abordagem da crise: rapidez, transpar

5.10. Reputação gerencial

- 5.10.1. Integridade e ética: Valores pilares de Reputação, Sustentabilidade e RSC
- 5.10.2. Comunicação eficaz: Assertividade, empatia, reconhecimento de erros, celebração de conquistas
- 5.10.3. Diagnóstico e medição da reputação de gestão

Módulo 6. Social media Branding. Estratégia de visibilidade e *engagement* no Instagram, Twitter, Facebook e TikTok**6.1. Social media Branding: Relevância para a marca pessoal**

- 6.1.1. Papel da marca pessoal nas redes sociais
- 6.1.2. Plataformas online de gestão: alto-falante da marca pessoal
- 6.1.3. Os pilares de uma boa estratégia de marca pessoal no meio digital

6.2. Abordagem estratégica como base do Social Media Branding

- 6.2.1. O papel da pesquisa e da escuta ativa na estratégia de marca pessoal
- 6.2.2. Análise da concorrência nas redes sociais
- 6.2.3. Identificação do público-alvo para a estratégia de marca pessoal

6.3. Social media Branding

- 6.3.1. Desenvolvimento de um plano de social media para a marca pessoal
- 6.3.2. Identificação dos objetivos da marca pessoal nas redes sociais
- 6.3.3. KPIs para análise de resultados

6.4. Estratégias de engajamento e visibilidade para a marca pessoal

- 6.4.1. Ecossistema online: definição da presença digital e seleção das plataformas
- 6.4.2. Fatores que impulsionam o *engagement* nas redes sociais
- 6.4.3. Visibilidade nas redes sociais e boas práticas

6.5. Criação de uma presença digital coerente

- 6.5.1. Criação de uma imagem de marca coerente nas redes sociais: identidade visual, ancoragem verbal e guias de estilo nas redes sociais
- 6.5.2. A mensagem da marca e o papel do conteúdo para o sucesso da estratégia
- 6.5.3. Diferenciação da marca pessoal no meio digital

6.6. Estratégia de conteúdo: criação de uma estratégia de conteúdo para as redes sociais que reflita a identidade da marca e conecte-se com a audiência

- 6.6.1. Processo de criação de conteúdo para diferentes plataformas de redes sociais
- 6.6.2. A importância do *storytelling* na marca pessoal nas redes sociais
- 6.6.3. Criação de um calendário de publicações para manter uma presença constante e coerente online

6.7. Uso do Instagram para a marca pessoal

- 6.7.1. Por que estar no Instagram: relatórios e audiências
- 6.7.2. Compreensão do algoritmo para o planejamento da estratégia de conteúdo no Instagram
- 6.7.3. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
- 6.7.4. KPIs: medição e análise dos resultados no Instagram

6.8. Uso do Facebook para a marca pessoal

- 6.8.1. Por que estar no Facebook: relatórios e audiências
- 6.8.2. Compreensão do algoritmo para o planejamento da estratégia de conteúdo no Facebook
- 6.8.3. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
- 6.8.4. KPIs Medição. Análise dos resultados no Facebook

6.9. Uso do Twitter para a marca pessoal

- 6.9.1. Por que estar no Twitter: relatórios e audiências
- 6.9.2. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
- 6.9.3. KPIs: medição e análise dos resultados no Twitter

6.10. Uso do TikTok para a marca pessoal

- 6.10.1. Por que estar no TikTok: relatórios e audiências
- 6.10.2. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
- 6.10.3. KPIs: medição e análise dos resultados no TikTok

Módulo 7. Personal branding no LinkedIn. Estratégias de visibilidade e *engagement* para construção de marca pessoal no LinkedIn

7.1. Fortalecimento do Perfil de Usuário no LinkedIn

- 7.1.1. Análise de um perfil de usuário do LinkedIn
- 7.1.2. Clarificação dos objetivos de uso do LinkedIn
- 7.1.3. Identificação de áreas de melhoria no perfil do LinkedIn

7.2. Construção da Audiência de Seguidores no LinkedIn

- 7.2.1. Definição da audiência no LinkedIn
- 7.2.2. Adaptação da mensagem à audiência no LinkedIn
- 7.2.3. Construção de uma audiência a partir de publicações no LinkedIn

7.3. Comunidade de Referência no LinkedIn

- 7.3.1. Busca por líderes de conteúdo no LinkedIn
- 7.3.2. Identificação de outros membros da comunidade no LinkedIn
- 7.3.3. Interação e colaboração com outros membros da comunidade no LinkedIn

7.4. Conexão com usuários ativos no LinkedIn

- 7.4.1. Importância de encontrar usuários ativos no LinkedIn
- 7.4.2. Redação de um convite para conectar no LinkedIn
- 7.4.3. Interação de relacionamentos com novos contatos no LinkedIn

7.5. Desenvolvimento de uma estratégia sólida de conteúdo através de pilares temáticos

- 7.5.1. Identificação e posicionamento dos pilares temáticos
- 7.5.2. Identificação dos pilares temáticos na estratégia
- 7.5.3. Desenvolvimento e manutenção dos pilares temáticos ao longo do tempo

7.6. Vinculação dos pilares temáticos com a história pessoal. A importância de emocionar

- 7.6.1. Identificação de histórias relacionadas aos pilares temáticos que construam credibilidade e potencial viral
- 7.6.2. Como contar histórias efetivas no LinkedIn
- 7.6.3. Como conectar histórias pessoais com mensagens-chave no LinkedIn
- 7.6.4. Criação de uma história pessoal de transformação para um primeiro post no LinkedIn

7.7. Geração de conteúdo de impacto no LinkedIn. Importância de inspirar e ensinar

- 7.7.1. Uso de dados técnicos ou científicos relacionados aos pilares temáticos para criar conteúdo educativo
- 7.7.2. Benchmarking: casos de estudo de criadores de conteúdo viral no LinkedIn que usam essas técnicas
- 7.7.3. Transferência da análise para a prática

7.8. Preparação de Posts para o LinkedIn

- 7.8.1. Seleção de conteúdo e formato com maior potencial para os posts no LinkedIn
- 7.8.2. Criação de variedade de formatos e estilos para os posts no LinkedIn
- 7.8.3. Publicação e acompanhamento dos primeiros posts no LinkedIn

7.9. O crescimento da sua conta do LinkedIn: seguidores e *engagement*

- 7.9.1. Importância do Monitoramento dos seguidores no LinkedIn
- 7.9.2. Monitoramento do crescimento dos seguidores no LinkedIn
- 7.9.3. Utilização dos dados dos seguidores no LinkedIn

7.10. Avaliação e ajuste da estratégia editorial

- 7.10.1. Identificação de tendências e padrões no comportamento da audiência
- 7.10.2. Reforço das forças e fraquezas para melhorar a estratégia editorial
- 7.10.3. Ferramentas digitais para uso avançado do LinkedIn
- 7.10.4. Uso ótimo do LinkedIn como instrumento para fortalecer a marca pessoal digital

Módulo 8. O *Networking* para a construção de marca pessoal *Networking*, eventos e estratégias de RP como alavancas para o crescimento**8.1. Networking Fundamentos e Relevância**

- 8.1.1. Tipos de *Networking*
- 8.1.2. Criação de uma rede de apoio e colaboração
- 8.1.3. Realização de um plano de *Networking*

8.2. Networking para fortalecer a marca pessoal

- 8.2.1. Identificação de *skateholders essenciais*
- 8.2.2. Seleção de líderes de opinião
- 8.2.3. Como expandir e alavancar sua rede de contatos

8.3. Eventos como estratégia de networking

- 8.3.1. O poder dos eventos de *Networking* online e offline
- 8.3.2. Tipologia de eventos de *Networking*
- 8.3.3. Organização de um evento como estratégia para melhorar sua marca pessoal

8.4. Relações públicas e marca pessoal

- 8.4.1. Importância das relações públicas
- 8.4.2. Tipos de estratégias de relações públicas
- 8.4.3. Uso de RP para aumentar a visibilidade e a autoridade

8.5. Estratégias de comunicação eficazes para o *Networking*

- 8.5.1. Técnicas de comunicação eficazes para ações ou eventos presenciais
- 8.5.2. Técnicas de comunicação eficazes no uso de e-mail
- 8.5.3. Técnicas de comunicação eficazes no uso de redes sociais

8.6. Rede offline eficaz para fortalecer a marca pessoal

- 8.6.1. *Networking* em comunidades, conferências, seminários e eventos empresariais
- 8.6.2. *Networking* em grupos de interesse local
- 8.6.3. Manutenção de contato para buscar oportunidades de colaboração

8.7. Networking online eficaz para fortalecer a marca pessoal

- 8.7.1. Ferramentas e plataformas digitais para *Networking*
- 8.7.2. Participação em eventos de *Networking* online
- 8.7.3. Manutenção de relações de *Networking* online

8.8. Outras ações úteis de RP para aumentar a marca pessoal

- 8.8.1. Relações com os meios de comunicação
- 8.8.2. Relação com pessoas influentes
- 8.8.3. Publicação de um livro como estratégia de relações públicas
- 8.8.4. Criação de conteúdo multimídia como estratégia de relações públicas

8.9. Gestão de crises em networking e relações públicas

- 8.9.1. A importância da ética e da responsabilidade na gestão de crises
- 8.9.2. Elaboração de uma estratégia de comunicação de crise
- 8.9.3. *Networking* eficaz para a gestão de crises em Relações Públicas

8.10. Medição do sucesso de uma estratégia de relações públicas

- 8.10.1. Monitoramento das redes sociais
- 8.10.2. Avaliação qualitativa e quantitativa dos eventos
- 8.10.3. Visibilidade dos meios de comunicação

Módulo 9. Estratégias, técnicas e ferramentas de *Inbound* e *e-mail Marketing* para criar e gerar conteúdo de marca pessoal

9.1. Estratégias de Inbound Marketing aplicadas à marca pessoal

- 9.1.1. Metodologia *Inbound*. Objetivos
- 9.1.2. Estratégia de atração
- 9.1.3. Estratégia de interação
- 9.1.4. Estratégia de satisfação

9.2. Criação de conteúdo

- 9.2.1. Identificação dos pilares temáticos do conteúdo a ser desenvolvido
- 9.2.2. Conteúdo educacional e não educacional
- 9.2.3. As 20 ideias de conteúdo que ajudam no crescimento da marca pessoal
- 9.2.4. Exemplos inspiradores de conteúdo de marca pessoal

9.3. Ferramentas para curadoria de conteúdo e incentivo à criatividade

- 9.3.1. *Feedly*
- 9.3.2. Alertas do Google
- 9.3.3. Buzzsumo
- 9.3.4. Outras ferramentas

9.4. Planejamento e produtividade para a criação de conteúdo

- 9.4.1. Elaboração de um calendário editorial
- 9.4.2. Criação de conteúdo com base nos objetivos de negócios
- 9.4.3. Ferramentas para planejamento interno: Google Drive, Notion, Asana, Trello

9.5. Design visual e ferramentas para a criação de conteúdo digital visual

- 9.5.1. Uso correto da paleta de cores, do logotipo e do *branding*
- 9.5.2. Fotografia de marca pessoal
- 9.5.3. Canva: Workshop prático avançado

9.6. Funil de vendas para marca pessoal

- 9.6.1. Utilidade do funil de vendas para a marca pessoal
- 9.6.2. Função de um funil. Fases
- 9.6.3. Relação entre tipos de conteúdo e taxa de conversão

9.7. Conversão de seguidores em leads

- 9.7.1. Lead: importância de criar um negócio de marca pessoal
- 9.7.2. Segmentação de perfis do LinkedIn para maximizar a captação de leads
- 9.7.3. Segmentação de perfis do Instagram para maximizar a captação de leads
- 9.7.4. Otimização do site pessoal para captar leads

9.8. Elaboração de uma estratégia de e-mail marketing

- 9.8.1. Importância de uma estratégia de *e-mail marketing*
- 9.8.2. Ferramentas de *email marketing* gratuitas para criar relacionamentos com os assinantes
- 9.8.3. Presença na mente do *buyer persona*: a *newsletter*

9.9. *Marketing Automation* para marca pessoal

- 9.9.1. O incentivo para entrar na comunidade
- 9.9.2. A importância da primeira sequência de boas-vindas
- 9.9.3. Exemplo de uma sequência de boas-vindas para ajudar a gerar vendas

9.10. O podcast: novo canal fundamental na estratégia de Inbound Marketing

- 9.10.1. Criação de um *podcast*. Passos a ser seguidos
- 9.10.2. Formatos e tipos de conteúdo
- 9.10.3. Divulgação e visibilidade do *podcast*

Módulo 10. KPIs Impacto da Marca Pessoal: métricas para medir resultados e casos de sucesso em diversos setores**10.1. KPIs de marca pessoal: Aplicação**

- 10.1.1. Definição e importância de estabelecer o KPIs
- 10.1.2. Tipos de KPIs e indicadores-chave para medir o sucesso da marca pessoal
- 10.1.3. O papel da visão e do posicionamento da marca pessoal nos KPIs

10.2. Seleção dos KPIs corretos para medir o sucesso de sua marca pessoal

- 10.2.1. Variáveis para selecionar KPIs relevantes na estratégia de marca pessoal
- 10.2.2. Identificação dos objetivos de marca pessoal: Definição de objetivos de marca pessoal para estabelecer KPIs apropriados
- 10.2.3. Priorização de KPIs de acordo com objetivos e metas estabelecidos

10.3. Tipos de KPIs tangíveis para Marca Pessoal

- 10.3.1. Análise dos KPIs de alcance
- 10.3.2. Análise dos KPIs de Interação
- 10.3.3. Análise dos KPIs de conversão

10.4. Tipos de KPIs “intangíveis” para Marca Pessoal

- 10.4.1. Análise dos KPIs de reputação
- 10.4.2. Análise dos KPIs de Influência
- 10.4.3. Análise dos KPIs de credibilidade

10.5. Marca pessoal em influência

- 10.5.1. A figura do influencer. Tipologias de influencers
- 10.5.2. Abordagem do marketing de influencers
- 10.5.3. Benefícios, opções e KPIs

10.6. Interpretação de KPIs: monitoramento, medição e otimização

- 10.6.1. Monitoramento: implementação de um sistema de monitoramento e medição de KPIs para marca pessoal
- 10.6.2. Medição: Interpretação de dados
- 10.6.3. Otimização: aspectos a serem avaliados para ajustar a estratégia de acordo com os KPIs
- 10.6.4. Recomendações finais

10.7. Estudo de caso: marca pessoal em empreendedores e freelancers

- 10.7.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.7.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.7.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas

10.8. Estudo de caso: marca pessoal em influencers

- 10.8.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.8.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.8.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas

10.9. Estudo de caso: marca pessoal em esportes

- 10.9.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.9.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.9.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas

10.10. Análise de caso: marca pessoal em profissionais que trabalham como empregados

- 10.10.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.10.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 10.10.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas

07

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

“ *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



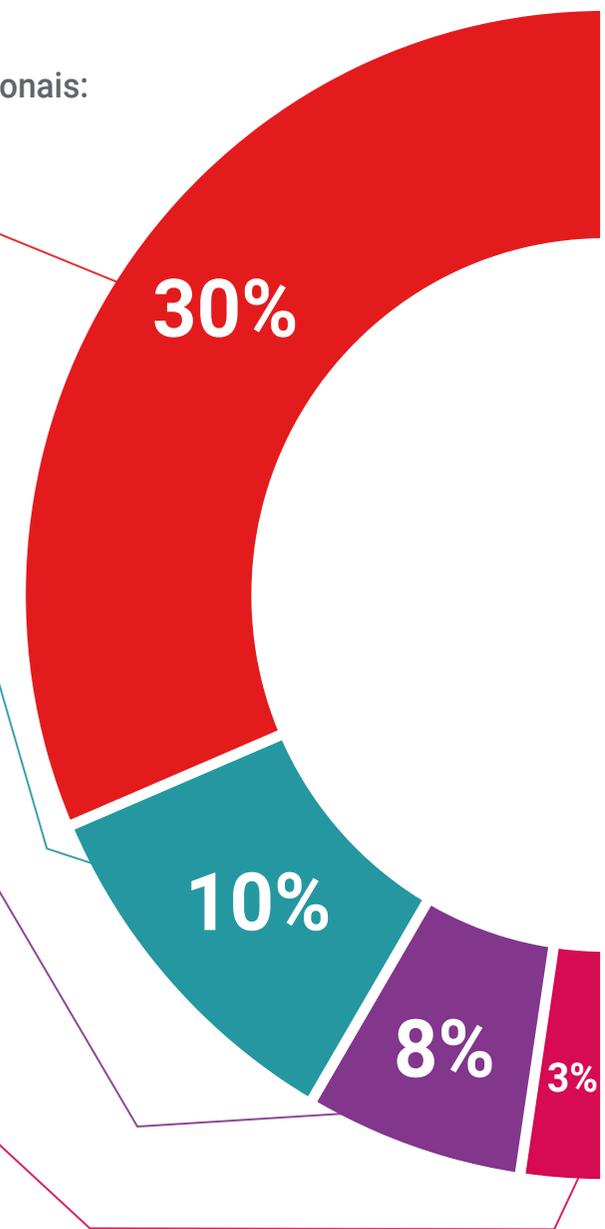
Práticas de habilidades gerenciais

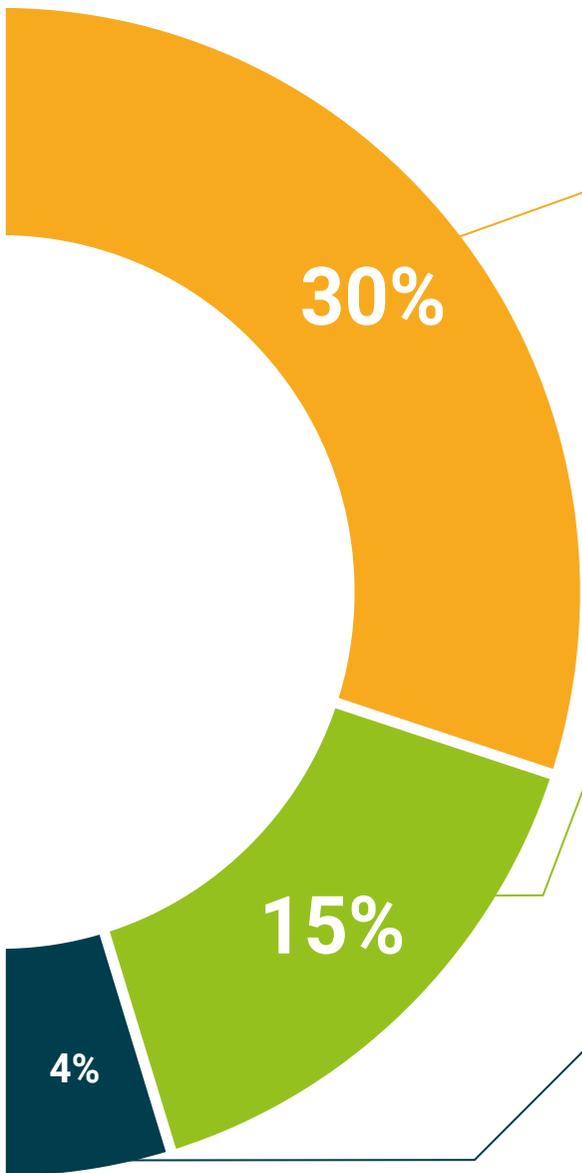
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



08

Perfil dos nossos alunos

O Executive Master é destinado a profissionais que tenham concluído anteriormente qualquer uma das seguintes graduações na área das ciências sociais e jurídicas, administrativas e econômicas.

A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.

Esse programa também pode ser feito por profissionais que, sendo formados em qualquer área, tenham experiência de trabalho como *Community Manager* ou *Social Media*.





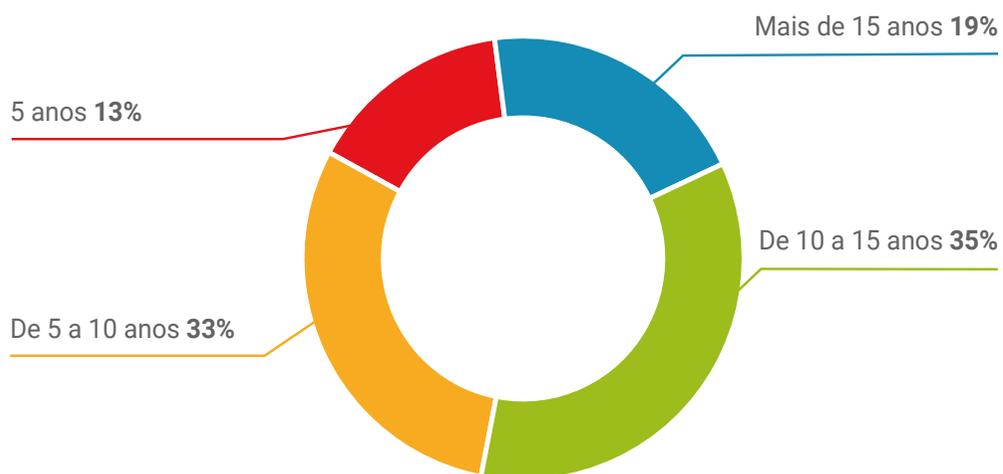
“

Você definirá sua marca pessoal no TikTok, Instagram, Facebook ou LinkedIn, a rede social profissional por excelência”

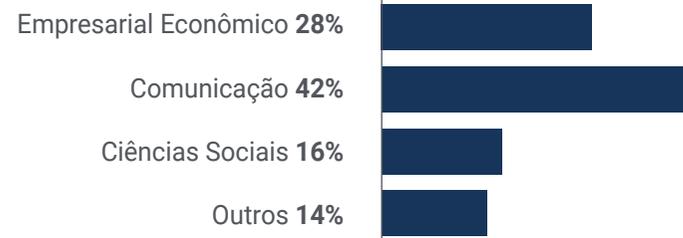
Média de idade

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

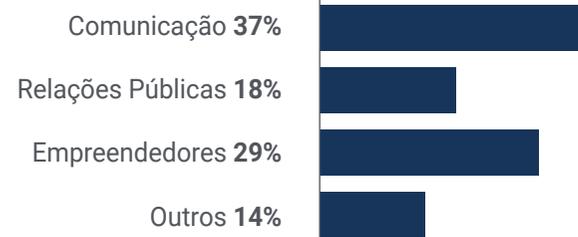
Anos de experiência



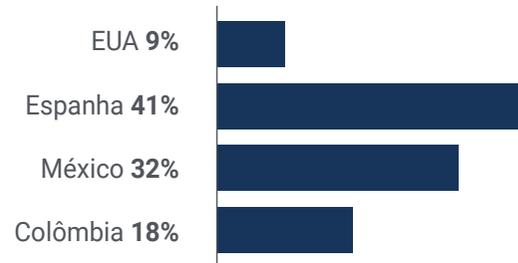
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Natalia Urquijo Pérez

Social Media & Content Manager

“Este programa me deu as ferramentas que eu precisava para fortalecer minha marca pessoal e também contribuir para o desenvolvimento do meu negócio digital. Tudo isso, graças não apenas ao plano de estudos do programa, mas também à equipe de professores especializados com ampla experiência neste setor”

09

Direção do curso

A fim de alcançar a maior qualidade possível de todo o conteúdo didático, a TECH selecionou um grupo de professores especialistas nas diferentes áreas abordadas pela Cibersegurança. Assim, o gestor terá acesso a um programa de estudos elaborado por profissionais com ampla experiência em Gestão de Políticas de Cibersegurança, que contribuíram para toda a teoria com sua visão prática diferenciada para cada um dos tópicos abordados.



“

Você terá o apoio de um corpo docente com experiência em gestão superior e gestão complexa de segurança de TI, com disciplinas dedicadas à manutenção de sistemas de informação, análise forense e Hijacking”

Direção



Sra. Laura María Vázquez Viaño

- ♦ Diretora de Marketing e Estratégia Digital da Torres y Carrera
- ♦ Diretora de Serviços ao Cliente e *Chief Marketing Officer* no Roi Scroll
- ♦ *Head of Social Media* e RP Digital na Havas
- ♦ Consultora sênior de comunicações e mídia social da Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Publicidad e RP- Noa Nogueira
- ♦ Professora da Universidade Europeia Miguel de Cervantes
- ♦ Professora da Escola Internacional de Marketing
- ♦ Professora da Escola Superior de Relações Públicas de Barcelona
- ♦ Professora do IEBS
- ♦ Formada em Publicidade e Relações Públicas. Duplo Prêmio Extraordinário de Conclusão de Curso da Xunta de Galicia e da Universidade de Vigo
- ♦ Pós-graduação em Search e Social Media Marketing pela Universitat de Barcelona

Professores

Dra. Carla López Rodríguez

- ♦ Consultora internacional e instrutora de marca pessoal
- ♦ Visual Comercial, responsável pela apresentação de produtos na Inditex na Áustria
- ♦ Professora na Universidade de Vigo
- ♦ Professora da Universidade Unir
- ♦ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade de Alicante
- ♦ Formada em Comunicação Audiovisual pela Universidade Vigo
- ♦ Doutora em Comunicação pela Universidade de Vigo com Menção Internacional e Cum Laude
- ♦ Mestrado em Gestão Estratégica e Inovação em Comunicação pela Universidade de Málaga

Sra. Daniela Luque Diaz

- ♦ Consultora de marca pessoal do LinkedIn
- ♦ Coordenadora de estratégia de marketing na KIND APP na Suécia
- ♦ Coordenadora de Programas de Artes no Departamento de Artes e Humanidades da Universidade de Nova York
- ♦ Gestão da estratégia de marketing para a coleção de acessórios de Moda da marca AITA
- ♦ Gestor de projetos / Marketing e eventos na Top Gear Promotions em Dubai
- ♦ Coordenadora de Operações da Eurofragance em Dubai
- ♦ Diretora de Desenvolvimento de Negócios do Grupo Intercom em Barcelona
- ♦ Formada em produção de cinema e TV pela Universidade Nacional da Colômbia
- ♦ Mestrado em Empreendedorismo e Inovação por Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship Lund University
- ♦ Mestrado em Relações Públicas e Protocolo pela ESERP Business School
- ♦ Mestrado em *Retail Management* pela Universidade Autônoma de Barcelona

Sra. Nagore Garzía Sanz

- ♦ Consultora de comunicação
- ♦ Responsável pelas comunicações do Departamento de Juventude da Diputación Foral de Gipuzkoa
- ♦ Responsável pela comunicação do lançamento da Escola de Negócios Kühne
- ♦ Formado Ciências da Informação pela Universidade do País Basco
- ♦ Mestrado em Marketing Digital e Community Management pela Escuela Marketing and Web
- ♦ Especialista em Serviço de Informação e Atendimento ao Cidadão pela Universidade de Salamanca
- ♦ Webmaster. Design gráfico, programação da web e marketing digital pela Escola de Design Área
- ♦ Gestão de documentos e administração de arquivos pela Eusko Ikaskuntza & Fundación Asmoz
- ♦ Especialista em Economia, Gestão e Tecnologia de Inovação Pública pela Faculdade de Economia, Negócios e Turismo da Universidade de Alcalá

Sr. Guillem Recolons Argenter

- Brand Director em Omnia Marketing
- Consultor e sócio da Integra Personal Branding
- Diretor e sócio da Soymimarca
- Diretor e consultor de comunicação pessoal em *Lateral Consulting*
- Diretor Geral da Altraforma
- Vice-diretor e gerente de novos negócios da Saatchi & Saatchi Advertising
- Professor de Personal Branding Político na Univesritat Ramon Llul
- Professor de Personal Branding na Universitat Pompeu Fabra
- Mestrado em Marketing ESMA
- Publicitário pelo Colégio de Marketing e Comunicação da Catalunha
- Formado em Humanidades UOC pela Universitat Oberta de Catalunya



Dra. Mariam García Veiga

- ♦ CEO RockNRebel
- ♦ Equipe de professores pesquisadores da Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Formada em Ciências Políticas e da administração pública pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Doutorado em Processos Políticos Contemporâneos pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em Marketing e Comunicação Política pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em Técnicas Estatísticas Avançadas pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em International Business/Trade/Commerce pela Universidad Intercontinental de la Empresa
- ♦ Mestrado em Análítica Web pela Kschool

10

Impacto para a sua carreira

Esse programa universitário busca o crescimento profissional de todos os alunos em um momento em que é imprescindível ter uma presença adequada no mundo digital. Por este motivo, a realização deste Executive Master permitirá que os alunos promovam sua própria construção de marca pessoal ou a de outros empreendedores que exigem a prestação desses serviços com garantias.



“

Com esta capacitação, você poderá crescer em ecossistemas digitais, criando uma poderosa marca pessoal”

Você está pronto para avançar? Um excelente desenvolvimento profissional espera por você.

O Executive Master em Construção de Marca Pessoal da TECH é um programa de estudos intensivo que prepara você para enfrentar desafios e decisões empresariais no setor do turismo. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Contribuindo para que alcancem o sucesso.

Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você.

Você será um especialista em obter visibilidade e excelentes resultados de posicionamento no LinkedIn.

Você está a um passo de gerar um impacto real na marca pessoal de seus clientes.

Momento da mudança

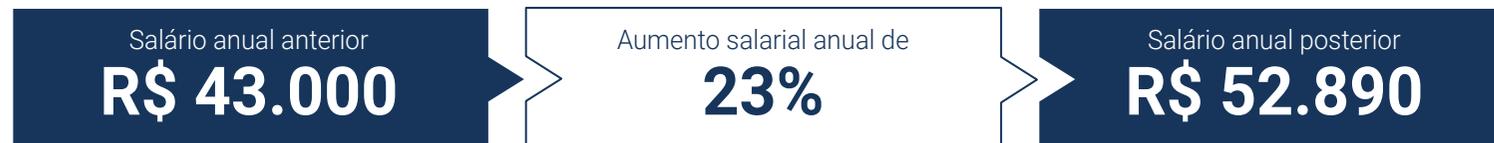


Tipos de mudança



Melhoria dos salários

A conclusão deste programa pode representar um aumento salarial anual de mais de 23% para nossos alunos.



11

Benefícios para a sua empresa

O Executive Master em Construção de Marca Pessoal contribui para aumentar o talento da organização que integra profissionais com essa especialização em sua equipe. Ter conhecimento nesse campo beneficia o crescimento da empresa, atraindo clientes que precisam desses serviços ou a implementação de estratégias inovadoras no mundo digital.





“

Integre as estratégias, técnicas e ferramentas mais bem-sucedidas de Inbound e E-mail Marketing com esta opção acadêmica”

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional irá proporcionar à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão gerar mudanças relevantes na organização.

02

Retenção de gestores de alto potencial para evitar a evasão de talentos

Esse programa fortalece o vínculo entre empresa e profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da companhia.

03

Construindo agentes de mudança

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

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa proporcionará aos profissionais as habilidades necessárias para assumir novos desafios e impulsionar a empresa.



12

Certificado

O Executive Master em Construção de Marca Pessoal garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

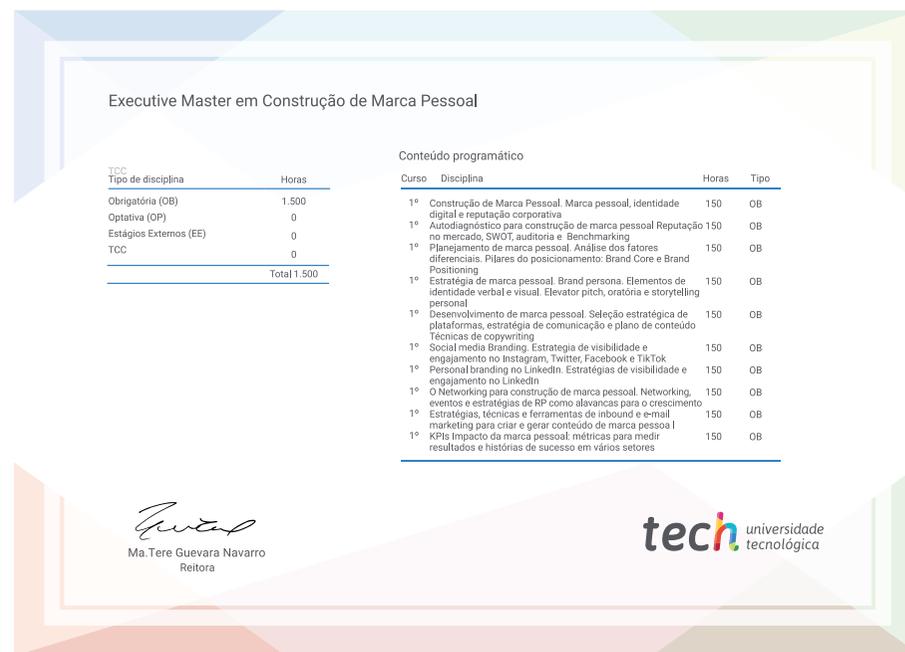
Este **Executive Master em Construção de Marca Pessoal** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio 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 empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Executive Master em Construção de Marca Pessoal**

N.º de Horas Oficiais: **1.500h**



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



Executive Master Construção de Marca Pessoal

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Executive Master

Construção de Marca Pessoal

