

Executive Master Criatividade Publicitária

M C P



Executive Master Criatividade Publicitária

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: graduados que tenham concluído anteriormente qualquer uma das certificações nas áreas de Ciências Sociais, Jurídicas, Administrativas e Empresariais

Acesso ao site: www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-criatividade-publicitaria

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. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 24

07

Metodologia

pág. 38

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 46

09

Direção do curso

pág. 50

10

Impacto para a sua carreira

pág. 54

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 58

12

Certificado

pág. 62

01

Boas-vindas

Em um ambiente de negócios altamente exigente, a publicidade é indispensável para captar a atenção e a fidelidade do público-alvo. Portanto, sua implementação é crucial para gerar vantagens competitivas sobre os concorrentes e aumentar a capacidade de vendas das empresas. Consequentemente, os profissionais devem ter amplas habilidades criativas para promover estratégias de publicidade de última geração que levem as empresas a se destacarem em seu setor. Por esse motivo, a TECH criou essa capacitação, por meio da qual o aluno assimilará as técnicas mais eficazes para o desenvolvimento de anúncios e da imagem da marca. Além disso, o aluno fará isso enquanto desfruta de um ambiente revolucionário de aprendizado 100% online que permitirá que o profissional estude sem deixar de lado suas obrigações pessoais e profissionais.



Executive Master em Criatividade Publicitária
TECH Universidade Tecnológica



“

Aprimore suas habilidades em criatividade publicitária e crie estratégias de comunicação que contribuam para aumentar as vantagens competitivas de sua empresa”

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 criado com o objetivo de proporcionar ao aluno uma visão completa do campo da criatividade publicitária. Por meio de 12 meses de aprendizado intensivo, o aluno se aprofundará na geração de anúncios para diferentes mídias e nas técnicas para extrair o máximo desempenho da publicidade em diferentes ambientes digitais. Tudo isso, a partir de uma perspectiva teórico-prática que garantirá a aplicabilidade do conhecimento adquirido no ambiente profissional.



“

Adote estratégias de última geração para analisar públicos-alvo e criar estratégias de publicidade com base em suas necessidades específicas”

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

O Executive Master em Criatividade Publicitária capacitará o aluno para:

01

Compreender em profundidade o que é criatividade, como ela se desenvolveu com o avanço das novas tecnologias e como ela influencia diferentes áreas profissionais

02

Examinar as melhores condições para estimular a criatividade

03

Estimular a geração de ideias inovadoras

04

Detalhar como funciona o software de planejamento de publicidade criativa

05

Explicar como funciona o pensamento criativo da publicidade e sua importância estratégica



06

Analisar detalhadamente os públicos-alvo e o uso de *insight* em publicidade

08

Abordar conceitos-chave na construção da marca

09

Conhecer as etapas lógicas da construção da marca

07

Entender como a mensagem publicitária é estruturada

10

Detectar as diferenças entre o *claim* e o slogan

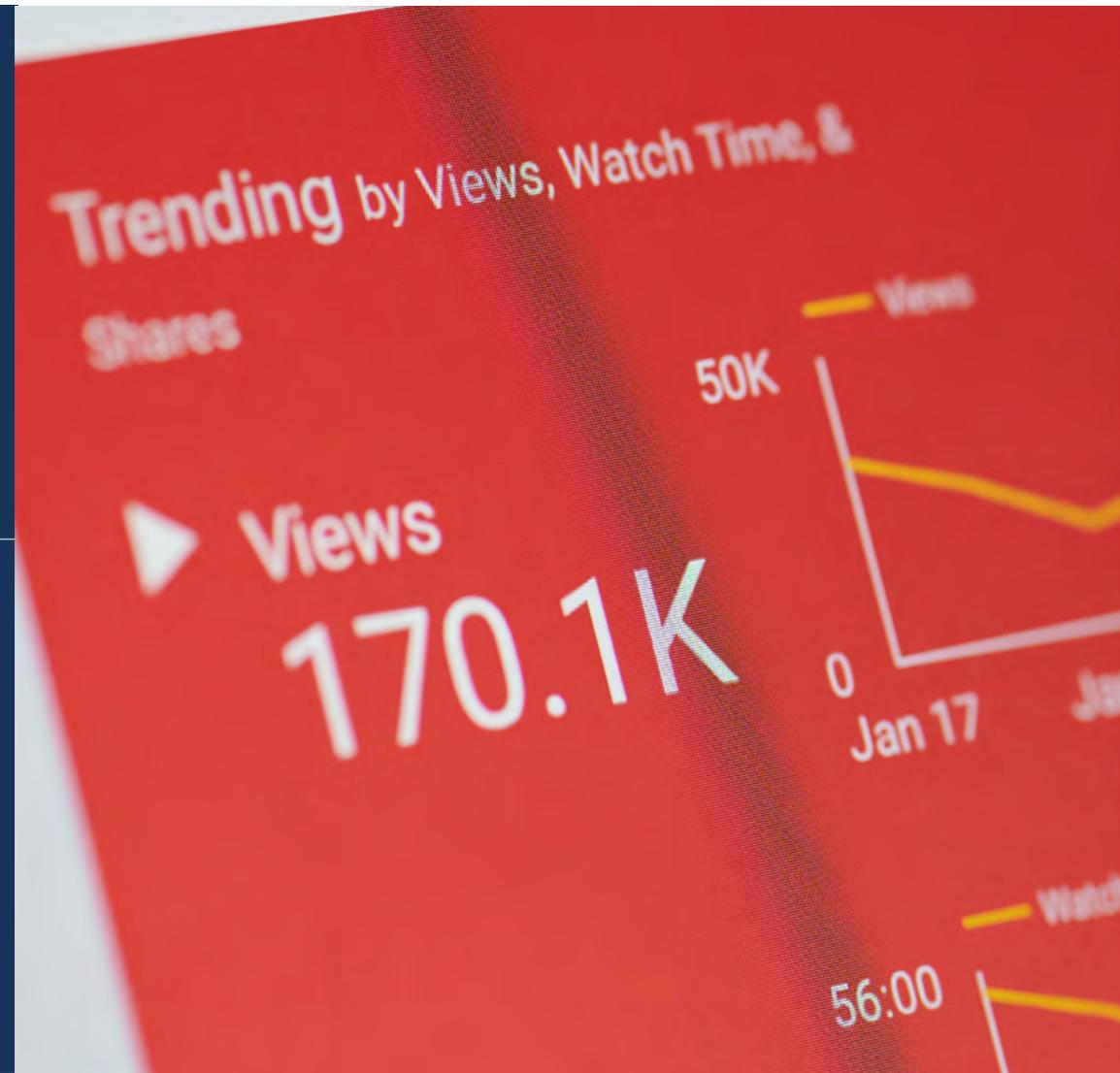


11

Explicar o que é *branded content* e suas semelhanças com a publicidade tradicional

12

Explorar como as tecnologias digitais revolucionaram a criação de conteúdo e as estratégias promocionais no ambiente online





13

Obter uma visão completa de como a criatividade é adaptada a cada rede social

14

Aprender a planejar campanhas políticas

05

Competências

A conclusão deste programa permitirá que os alunos adquiram uma série de competências que os capacitarão a se destacar no campo da publicidade em apenas 1.500 horas de aprendizado. Assim, o aluno adquirirá a capacidade de projetar, planejar e gerenciar a implementação de estratégias de publicidade eficazes e de última geração, adaptando-se a uma variedade de ambientes de negócios que mudam rapidamente.



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.

“

*Adquira habilidades profissionais que permitir
que você crie, planeje e gerencie estratégias de
publicidade em ambientes comerciais voláteis”*

01

Aplicar o pensamento retórico na comunicação empresarial

02

Planejar estratégias criativas de publicidade no mundo digital

03

Criar anúncios impactantes

04

Apresentar estratégias de mídia criativas

05

Aplicar a criatividade em ambientes multimídia



06

Saber como aplicar a criatividade na organização de eventos

08

Analisar detalhadamente a estratégia da campanha, a identidade da marca política, a equipe e um modelo de projeto

09

Elaborar estratégias para mobilizar os eleitores em campanhas políticas

07

Elaborar um plano de *social media*

10

Implementar estratégias para recuperar a credibilidade da marca



06

Estrutura e conteúdo

O Executive Master em Criatividade Publicitária é uma capacitação ministrada em um formato 100% online que levará os alunos a obter as habilidades necessárias para implementar estratégias de publicidade engenhosas e bem-sucedidas. Ao longo deste programa, o aluno explorará aspectos como o desenvolvimento de anúncios, técnicas criativas para redes sociais e as estratégias mais eficazes de *branded content*.



“

Estude no conforto de sua casa graças à metodologia 100% online deste programa”

Plano de estudos

Este programa da TECH Universidade Tecnológica consiste em 10 módulos aprofundados por meio dos quais o aluno aumentará significativamente seus conhecimentos e habilidades no campo da publicidade.

Em cada um dos módulos, o aluno adquirirá um conjunto de habilidades que o equiparão para implementar estratégias criativas de publicidade que impactem com sucesso o seu público-alvo. Isso lhe dará a oportunidade de se aprofundar em técnicas para a geração de ideias e propagandas inovadoras, e em métodos de última geração para a criação e posicionamento de uma marca.

Além disso, todo o conteúdo disponível para os alunos ao longo deste programa será apresentado em uma ampla variedade de formatos de estudo, incluindo resumos interativos, vídeos e leituras complementares. Dessa forma, o aluno poderá adaptar o processo de aprendizado às suas próprias preferências acadêmicas.

Trata-se, portanto, de uma oportunidade única de expandir as habilidades profissionais de forma 100% online, sem precisar fazer deslocamentos diários incômodos aos centros de estudo e se beneficiar de materiais didáticos dinâmicos e atraentes.

Este Executive Master é realizado em 12 meses e está dividido em 10 módulos:

- Módulo 1** A criatividade publicitária
- Módulo 2** A geração de ideias publicitárias
- Módulo 3** Como criar anúncios
- Módulo 4** Como criar uma marca
- Módulo 5** *Ol branded content*
- Módulo 6** Criatividade digital
- Módulo 7** Criatividade nas redes sociais
- Módulo 8** Marca pessoal e campanhas políticas
- Módulo 9** A criatividade publicitária aplicada
- Módulo 10** Competências de um criativo de publicidade



Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a você a possibilidade de desenvolver este Executive Master em Criatividade Publicitária completamente 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 seu crescimento profissional.

Módulo 1. A criatividade publicitária

1.1. O que é criatividade?

- 1.1.1. Definições
- 1.1.2. Modelos criativos em constante mudança. Surgimento de novas tecnologias, necessidade de maior eficiência.
- 1.1.3. Desafios dos criativos para o desenvolvimento de estratégias inovadoras. Os benefícios da colaboração
- 1.1.4. Profissões que demandam criatividade
- 1.1.5. Personalidades que se destacaram por sua excepcional criatividade

1.2. As melhores condições para criar. A geração de ideias

- 1.2.1. Fases da criatividade
- 1.2.2. Concentrar-se no problema
- 1.2.3. Relaxar, desfrutar
- 1.2.4. Errar
- 1.2.5. Brincar e técnicas para estimular o jogo

1.3. O sujeito criativo

- 1.3.1. Exigências ao criativo
- 1.3.2. Estabilidade
- 1.3.3. A kriptonita do criativo
- 1.3.4. Apaixonar-se pelo projeto
- 1.3.5. Bom ou mau criativo?
- 1.3.6. A memória do criativo

1.4. Desafios do criativo para o desenvolvimento de estratégias inovadoras

- 1.4.1. Relações com os clientes: empresas, pessoas, organizações, territórios
- 1.4.2. Relações com outros *stakeholders*: fornecedores (fotógrafos, planejadores, locutores, designers, etc.), colegas, responsáveis pela agência, inteligência artificial, etc
- 1.4.3. Relações com os consumidores
- 1.4.4. A importância de criar em equipe

1.5. O contexto de um projeto criativo

- 1.5.1. Introdução no mercado de um produto inovador
- 1.5.2. Estratégia de abordagem à criatividade
- 1.5.3. Produtos ou serviços complexos
- 1.5.4. Comunicação personalizada

1.6. Tipos de anúncios Criativos e não criativos

- 1.6.1. Inovadores, genéricos, imitações, etc
- 1.6.2. Diferenças entre anúncios originais
- 1.6.3. Maneiras de conquistar clientes com criatividade

1.7. Criatividade artística em comunicação

- 1.7.1. 21 razões para ser criativo
- 1.7.2. O que chamamos de arte em comunicação
- 1.7.3. Referências artísticas da criatividade publicitária

1.8. Novos desafios criativos

- 1.8.1. Novos canais, tecnologias, tendências...
- 1.8.2. Desenvolvimento de um novo formato
- 1.8.3. Necessidade de implementar novas tecnologias em um anúncio inovador
- 1.8.4. Entrada de concorrentes
- 1.8.5. Ciclo de vida de uma ideia
- 1.8.6. Sustentabilidade, linguagem inclusiva

1.9. Tendências em criatividade publicitária

- 1.9.1. Papel dos clientes na tomada de decisões
- 1.9.2. Novos métodos e meios
- 1.9.3. Novas tecnologias

1.10. Limites da criatividade publicitária

- 1.10.1. Acesso às ideias mais inovadoras
- 1.10.2. O custo de uma boa ideia
- 1.10.3. A relevância de uma mensagem
- 1.10.4. O mapa das decisões
- 1.10.5. Buscando o equilíbrio correto

Módulo 2. A geração de ideias publicitárias**2.1. O que é necessário para chegar à ideia?**

- 2.1.1. Apresente o problema
- 2.1.2. Parar para pensar, o primeiro passo para se diferenciar
- 2.1.3. Pense, reflita, pense novamente... E assim por vários dias
- 2.1.4. Convicção para chegar lá
- 2.1.5. Um ambiente criativo estimula a criatividade
- 2.1.6. Como sua criatividade se contagia
- 2.1.7. Saia do escritório, viva, aproveite
- 2.1.8. O briefing criativo
- 2.1.9. Exigência criativa
- 2.1.10. Quebre com o estabelecido
- 2.1.11. A palavra-chave: associação

2.2. O pensamento criativo

- 2.2.1. Pessoas que teorizaram sobre o pensamento criativo
- 2.2.2. Aspectos-chave para estimular o pensamento criativo, segundo de Bono
- 2.2.3. Conclusões

2.3. O processo criativo

- 2.3.1. O conceito criativo
- 2.3.2. A estratégia criativa em função do ciclo de vida do produto
- 2.3.3. Estratégias de lançamento

2.4. O software do criativo publicitário

- 2.4.1. Ações do pensamento criativo publicitário
- 2.4.2. Fases
- 2.4.3. Possibilidades de uso
- 2.4.4. Normas de segurança
- 2.4.5. Processo de pensamento

2.5. A equipe criativa

- 2.5.1. O copy e o redator publicitário
- 2.5.2. O designer e o diretor de arte
- 2.5.3. O diretor criativo
- 2.5.4. O criativo
- 2.5.6. Seis chapéus para pensar

2.6. O pensamento retórico

- 2.6.1. Figuras retóricas mais utilizadas
- 2.6.2. Importância das figuras retóricas na comunicação comercial
- 2.6.3. Exemplos de anúncios retóricos

2.7. Projetar com criatividade

- 2.7.1. Manipulação da imagem
- 2.7.2. Produção
- 2.7.3. Retórica visual
- 2.7.4. A tipografia na publicidade

2.8. Recomendações para criar

- 2.8.1. Cópies significativos
- 2.8.2. Frases dos grandes criativos publicitários
- 2.8.3. Recomendações de designers célebres

2.9. Tipos de criatividade

- 2.9.1. Artística
- 2.9.2. Científica
- 2.9.3. Tecnológica
- 2.9.4. Empresarial
- 2.9.6. Publicidade
- 2.9.7. Designer

2.10. Perfis criativos

- 2.10.1. Visionários
- 2.10.2. Experimentadores
- 2.10.3. Observadores
- 2.10.4. Conectores
- 2.10.5. Analíticos
- 2.10.6. Colaboradores
- 2.10.7. Narradores

Módulo 3. Como criar anúncios

3.1. Como pensa um criativo publicitário?

- 3.1.1. Como pensar de maneira natural?
- 3.1.2. Como pensar de maneira profissional?
- 3.1.3. Conclusões

3.2. A importância estratégica do target

- 3.2.1. A motivação essencial
- 3.2.2. Benefícios de conhecer o target
- 3.2.3. Como analisar os dados do público-alvo
- 3.2.4. O *insight* em publicidade

3.3. Como se estrutura a mensagem?

- 3.3.1. Eixo de comunicação
- 3.3.2. Conceito de comunicação
- 3.3.3. Esquema de transmissão

3.4. Onde criar na comunicação?

- 3.4.1. O nome
- 3.4.2. O titular
- 3.4.3. O spot
- 3.4.4. O spot de rádio
- 3.4.5. Publicidade exterior
- 3.4.6. Outros

3.5. A Direção de Arte

- 3.5.1. Quantos elementos
- 3.5.2. Hierarquia de tamanhos
- 3.5.3. Copiar?
- 3.5.4. Economizar custos
- 3.5.5. O estilo da marca
- 3.5.6. A obviedade
- 3.5.7. Se não acrescenta, etc.

3.6. Técnicas criativas

- 3.6.1. As ferramentas da publicidade
- 3.6.2. Gêneros e estilos publicitários
- 3.6.3. Conclusões

3.7. Como criar publicity?

- 3.7.1. Como conseguir publicidade gratuita?
- 3.7.2. Como fazer com que uma marca seja notícia?
- 3.7.3. Conclusões

3.8. Criatividade digital

- 3.8.1. A criatividade digital
- 3.8.2. Publicidade digital
- 3.8.3. Conclusões

3.9. Como criar anúncios criativos?

- 3.9.1. Um conceito visual impactante
- 3.9.2. Um texto que emociona
- 3.9.3. Surpreenda
- 3.9.4. Tipos de criatividade
- 3.9.5. Teste e otimize

3.10. O futuro da pesquisa criativa

- 3.10.1. Inteligência artificial
- 3.10.2. Realidade virtual e aumentada
- 3.10.3. Colaboração online
- 3.10.4. Pesquisa baseada em dados

Módulo 4. Como criar uma marca**4.1. Modelos publicitários de tipo psicológico**

- 4.1.1. Modelo de Henry Joanis
- 4.1.2. Modelo Fishbein
- 4.1.3. Modelo de Rosser Reeves
- 4.1.4. Modelo David Ogilvy

4.2. Correntes criativas da publicidade

- 4.2.1. USP
- 4.2.2. A imagem de marcas
- 4.2.3. Os valores permanentes
- 4.2.4. Publicidade espetáculo
- 4.2.5. A transgressão dos códigos
- 4.2.6. A atração do conteúdo

4.3. Para que serve uma marca?

- 4.3.1. Utilidade
- 4.3.2. Como se cria uma necessidade?
- 4.3.3. Diferenças entre logotipo e marca
- 4.3.4. A origem das marcas
- 4.3.5. Brand Wheel
- 4.3.6. Posicionamento de marca
- 4.3.7. Quando nasce uma marca?
- 4.3.8. Marca, a diferença
- 4.3.9. A criatividade é o luxo

4.4. A escada lógica na construção da marca

- 4.4.1. Nome
- 4.4.2. Atributos
- 4.4.3. Benefícios
- 4.4.4. Grupo
- 4.4.5. Porta-voz
- 4.4.6. Papel

4.5. O claim e o slogan

- 4.5.1. Diferenças entre *claim* e slogan
- 4.5.2. O *claim* e o slogan como argumento de venda
- 4.5.3. *Claims* ou slogans para criar conteúdo

4.6. Estratégia criativa

- 4.6.1. A estratégia publicitária com um enfoque criativo
- 4.6.2. Como ser criativo na estratégia?
- 4.6.3. Estratégias criativas usadas no âmbito da publicidade e do marketing
- 4.6.4. Diferenças entre estratégia de marketing e estratégia publicitária

4.7. Estratégias de conteúdos criativos

- 4.7.1. Conteúdo gerado pelo usuário
- 4.7.2. Influencer Marketing
- 4.7.3. Experiências interativas
- 4.7.4. Conteúdo visual impactante
- 4.7.5. Narrativa emocional
- 4.7.6. Uso de novas plataformas e formatos

4.8. Criatividade na planificação de meios

- 4.8.1. Planejamento de mídia
- 4.8.2. Planejamento criativo de mídias
- 4.8.3. Exemplos de planejamento de mídia surpreendente

4.9. Tipos de conteúdos publicitários

- 4.9.1. Conteúdos patrocinados
- 4.9.2. Vinculação das marcas com macroconteúdos
- 4.9.3. Criação de websites baseados em conteúdos audiovisuais
- 4.9.4. Criar para redes sociais
- 4.9.5. Criar para celulares
- 4.9.6. Criar para videogames
- 4.9.7. Criar conteúdos interativos
- 4.9.8. Criar conteúdos diretamente para marcas

4.10. Contexto atual das marcas

- 4.10.1. Publicidade no ambiente digital
- 4.10.2. Experiência do cliente
- 4.10.3. Conclusões

Módulo 5. O *branded content*

5.1. O que é *branded content*?

- 5.1.1. Em que se parece a publicidade?
- 5.1.2. O que é necessário para criá-lo?
- 5.1.3. Tipologia
- 5.1.4. Qual conteúdo terá sucesso?
- 5.1.5. Características de vídeos virais
- 5.1.6. Utilidade

5.2. O que é o marketing de conteúdo?

- 5.2.1. Conteúdo relevante e útil
- 5.2.2. Conteúdos interativos
- 5.2.3. Storytelling
- 5.2.4. Conteúdo multiplataforma, crossmedia e transmídia
- 5.2.5. Valor agregado
- 5.2.6. Criatividade nas redes sociais
- 5.2.7. Como ter sucesso nas redes sociais?
- 5.2.8. Como fazer com que nossos conteúdos cheguem?

5.3. Criatividade multimídia

- 5.3.1. Podcast
- 5.3.2. *Videocast*
- 5.3.3. *Photosaring*
- 5.3.4. Compartilhamento de fotos
- 5.3.5. Vídeos

5.4. O que é um evento?

- 5.4.1. O que é?
- 5.4.2. Diferença entre a criatividade de um anúncio e a de um evento
- 5.4.3. A interatividade de um anúncio e a interatividade de um evento

5.5. Por que se celebra um evento?

- 5.5.1. Celebração e entretenimento
- 5.5.2. Comercialização e promoção
- 5.5.3. Educação e formação
- 5.5.4. Redes e conexões
- 5.5.5. Responsabilidade social e arrecadação de fundos

5.6. Como se cria a ideia do evento?

- 5.6.1. Como gerar ideias criativas?
- 5.6.2. Como desenvolver uma proposta detalhada?
- 5.6.3. Conclusões

5.7. Onde e como organizar um evento?

- 5.7.1. O evento certo no lugar certo?
- 5.7.2. O orçamento adequado
- 5.7.3. Sem margem para improvisação
- 5.7.4. A comida no ponto
- 5.7.5. O que pode dar errado em um evento. Exemplos
- 5.7.6. Um plano B

5.8. Como emocionar em um evento?

- 5.8.1. A surpresa nos eventos
- 5.8.2. A empatia nos eventos
- 5.8.3. Os sentimentos

5.9. A criatividade em todo o processo de organização

- 5.9.1. Criatividade na geração da ideia
- 5.9.2. Criatividade no design da experiência
- 5.9.3. Criatividade no planejamento e logística
- 5.9.4. Criatividade no design de materiais e promoção
- 5.9.5. Criatividade na criação de experiências interativas e participativas
- 5.9.6. Surpresas e elementos inesperados
- 5.9.7. Criatividade no entretenimento e no conteúdo
- 5.9.8. Criatividade na resolução de problemas no momento
- 5.9.9. Criatividade até na hora de recolher
- 5.9.10. Criatividade no pré-evento e no pós-evento

5.10. Eventos virtuais

- 5.10.1. O que é um evento virtual?
- 5.10.2. Diferenças entre um evento virtual e presencial
- 5.10.3. A criatividade nos eventos virtuais

Módulo 6. Criatividade digital**6.1. O que é criatividade digital?**

- 6.1.1. Tecnologias digitais para criar
- 6.1.2. Técnicas digitais para impulsionar a criatividade
- 6.1.3. Conclusões

6.2. Diferenças entre publicidade e marketing digitais

- 6.2.1. Descrição de marketing digital
- 6.2.2. Descrição de publicidade digital
- 6.2.3. Conclusões

6.3. Criatividade na publicidade digital

- 6.3.1. Banners
- 6.3.2. Anúncios de pesquisa (Ads)
- 6.3.3. Anúncios de vídeo
- 6.3.4. Anúncios nativos
- 6.3.5. Anúncios de redes sociais
- 6.3.6. Publicidade *display*
- 6.3.7. Anúncios de realidade aumentada
- 6.3.8. Anúncios em e-mails

6.4. A criatividade em marketing digital

- 6.4.1. Geração de conteúdo
- 6.4.2. Relevância e valor
- 6.4.3. Diversidade de formatos
- 6.4.4. Posicionamento como especialista
- 6.4.5. Frequência e consistência
- 6.4.6. Medição de resultados

6.5. Search Engine Marketing (SEO)

- 6.5.1. Otimização para motores de busca
- 6.5.2. Métricas de SEO
- 6.5.3. Conclusões

6.6. E-mail marketing

- 6.6.1. Promoção de produtos e serviços
- 6.6.2. Notícias e informações relevantes
- 6.6.3. Acompanhamento e fidelização
- 6.6.4. Automatização

6.7. Marketing de redes sociais

- 6.7.1. Maior alcance e visibilidade
- 6.7.2. Fomentar uma comunidade
- 6.7.3. Criação de conteúdo inspirador
- 6.7.4. Geração de leads e conversões
- 6.7.5. Colaborações com influencers
- 6.7.6. Retroalimentação e melhoria
- 6.7.7. Branding e autoridade

6.8. Marketing de afiliação

- 6.8.1. Estratégias de seleção
- 6.8.2. Ferramentas de busca
- 6.8.3. Como aplicar a criatividade?
- 6.8.4. Exemplos

6.9. Marketing de influencers

- 6.9.1. Estratégias de seleção
- 6.9.2. Ferramentas de busca
- 6.9.3. Como aplicar a criatividade?
- 6.9.4. Exemplos

6.10. Plano de social media

- 6.10.1. Estrutura e conteúdo básico
- 6.10.2. Exemplos criativos
- 6.10.3. Conclusões

Módulo 7. Criatividade nas redes sociais

7.1. Criatividade no TikTok

- 7.1.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.1.2. Como ser criativo no TikTok?
- 7.1.3. Exemplos

7.2. Criatividade no X

- 7.2.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.2.2. Como ser criativo no X?
- 7.2.3. Exemplos

7.3. Criatividade no Facebook

- 7.3.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.3.2. Como ser criativo no Facebook?
- 7.3.3. Exemplos

7.4. Criatividade no Instagram

- 7.4.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.4.2. Como ser criativo no Instagram?
- 7.4.3. Exemplos

7.5. Criatividade no LinkedIn

- 7.5.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.5.2. Como ser criativo no LinkedIn?
- 7.5.3. Exemplos

7.6. Criatividade no YouTube

- 7.6.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.6.2. Como ser criativo no YouTube?
- 7.6.3. Exemplos

7.7. Criatividade no WhatsApp

- 7.7.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.7.2. Como ser criativo no WhatsApp?
- 7.7.3. Exemplos

7.8. Criatividade para blogs

- 7.8.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.8.2. Como ser criativo em um blog?
- 7.8.3. Exemplos

7.9. Criatividade para newsletters

- 7.9.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.9.2. Como ser criativo em uma newsletter?
- 7.9.3. Exemplos

7.10. Criatividade na Wikipedia

- 7.10.1. Aspectos técnicos de uso
- 7.10.2. Como ser criativo na Wikipedia?
- 7.10.3. Exemplos

Módulo 8. Marca pessoal e campanhas políticas

8.1. Marca Pessoal

- 8.1.1. Roda da marca pessoa
- 8.1.2. Marca pessoal criativa
- 8.1.3. Exemplos

8.2. Desenvolvimento da marca pessoal

- 8.2.1. Posicionamento
- 8.2.2. Storytelling
- 8.2.3. Redes sociais
- 8.2.4. Publicidade e autopromoção

8.3. Estratégias de networking criativo

- 8.3.1. Eventos e conferências
- 8.3.2. Grupos e Comunidades online
- 8.3.3. Colaborações

8.4. Guia de uma campanha política

- 8.4.1. Análise da candidatura
- 8.4.2. Análise do contexto
- 8.4.3. Objetivos

8.5. Capacitação do candidato

- 8.5.1. Inteligência Emocional
- 8.5.2. Inteligência emocional
- 8.5.3. Atitude, aptidão, visão, erros

8.6. Estratégias

- 8.6.1. Fundamentos da campanha
- 8.6.2. Cumprir objetivos
- 8.6.3. Cronograma
- 8.6.4. Um acompanhante

8.7. A identidade marca

- 8.7.1. *Claim*
- 8.7.2. Imagem gráfica
- 8.7.3. Janela digital
- 8.7.4. Propaganda

8.8. Equipe humana

- 8.8.1. Visão
- 8.8.2. Funções
- 8.8.3. Exemplos

8.9. Modelo de projeto

- 8.9.1. Pilares temáticos
- 8.9.2. Motivação essencial
- 8.9.3. Exemplos

8.10. Mover-se

- 8.10.1. Atos
- 8.10.2. A maré
- 8.10.3. Conclusões

Módulo 9. A criatividade publicitária aplicada**9.1. O Metaverso**

- 9.1.1. O que é?
- 9.1.2. Quais oportunidades criativas oferece?
- 9.1.3. Exemplos

9.2. Empresas do metaverso

- 9.2.1. Clientes do metaverso
- 9.2.2. NFTs
- 9.2.3. Setores empresariais
- 9.2.4. Trabalhar no metaverso
- 9.2.5. Blockchain e metaverso

9.3. A transição para o metaverso

- 9.3.1. Humanização digital
- 9.3.2. Avatarização
- 9.3.3. O futuro

9.4. Inteligência artificial e geração de conteúdo para o metaverso

- 9.4.1. A IA
- 9.4.2. Os conteúdos
- 9.4.3. Os textos
- 9.4.4. Os áudios
- 9.4.5. As imagens
- 9.4.6. O mundo do trabalho

9.5. Vamos imaginar a era do metaverso e da inteligência artificial

- 9.5.1. Quais oportunidades criativas oferece?
- 9.5.2. Exemplos
- 9.5.3. Conclusões

9.6. O monopólio das marcas

- 9.6.1. Um único metaverso
- 9.6.2. As cadeias de distribuição das marcas
- 9.6.3. O consumidor acionista

9.7. Como os criativos trabalharão nesta nova era?

- 9.7.1. Habilidades
- 9.7.2. Atitudes
- 9.7.3. Conclusões

9.8. Oportunidades criativas no metaverso

- 9.8.1. Experiências imersivas
- 9.8.2. Avatares de marca
- 9.8.3. Eventos virtuais
- 9.8.4. Personalização
- 9.8.5. Colaborações criativas
- 9.8.6. Realidade aumentada
- 9.8.7. Publicidade nativa
- 9.8.8. Inovação constante

9.9. Oportunidades criativas da IA

- 9.9.1. Geração de conteúdo personalizado
- 9.9.2. Otimização de campanhas de marketing
- 9.9.3. Design e criação de imagens e vídeos
- 9.9.4. Realidade aumentada (RA) e Realidade virtual (RV)
- 9.9.5. Música e arte generativas
- 9.9.6. Automação de processos criativos
- 9.9.7. Links de valor

9.10. Neurociência

- 9.10.1. Neurociência cognitiva
- 9.10.2. Neuromarketing
- 9.10.3. Neurociência emocional

Módulo 10. Competências de um criativo de publicidade

10.1. Profissões

- 10.1.1. Profissões relacionadas ao marketing
- 10.1.2. Profissões relacionadas à publicidade
- 10.1.3. Exemplos

10.2. Como detectar o talento?

- 10.2.1. Habilidades relacionadas à criatividade publicitária
- 10.2.2. Atividades relacionadas à criatividade publicitária
- 10.2.3. Exemplos

10.3. Como conseguir emprego em criatividade publicitária?

- 10.3.1. Como candidatar-se de maneira criativa a um cargo de trabalho?
- 10.3.2. Como construir uma marca que garanta estabilidade profissional?
- 10.3.3. Como lidar com um período de desemprego?
- 10.3.4. Como se adaptar às mudanças no setor?

10.4. Como agir no local de trabalho?

- 10.4.1. Quando você obtém sucesso?
- 10.4.2. Quando você falha?
- 10.4.3. Como se integrar?

10.5. Como agir quando sua marca perde credibilidade no setor?

- 10.5.1. Reposicionar a marca
- 10.5.2. Reativar a marca
- 10.5.3. Exemplos

10.6. Trajetórias de criativos que são referência

- 10.6.1. Criativos de marketing
- 10.6.2. Criativos de publicidade
- 10.6.3. Exemplos

10.7. Trajetórias de empresas que são referência

- 10.7.1. Empresas e departamentos de marketing
- 10.7.2. Empresas de publicidade
- 10.7.3. Exemplos

10.8. Como ter sucesso?

- 10.8.1. O que é o sucesso?
- 10.8.2. Pense bem e acerte
- 10.8.3. Exemplos

10.9. Como é a vida do criativo?

- 10.9.1. No trabalho
- 10.9.2. Fora do trabalho
- 10.9.3. Conclusões

10.10. Como aproveitar a profissão criativa?

- 10.10.1. Paixão pela criatividade
- 10.10.2. Gerenciamento do estresse e do bloqueio criativo
- 10.10.3. Cultivando a criatividade pessoal



“

Aprenda a tirar o máximo proveito das redes sociais e a criar estratégias de publicidade adaptadas aos novos ambientes digitais”

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



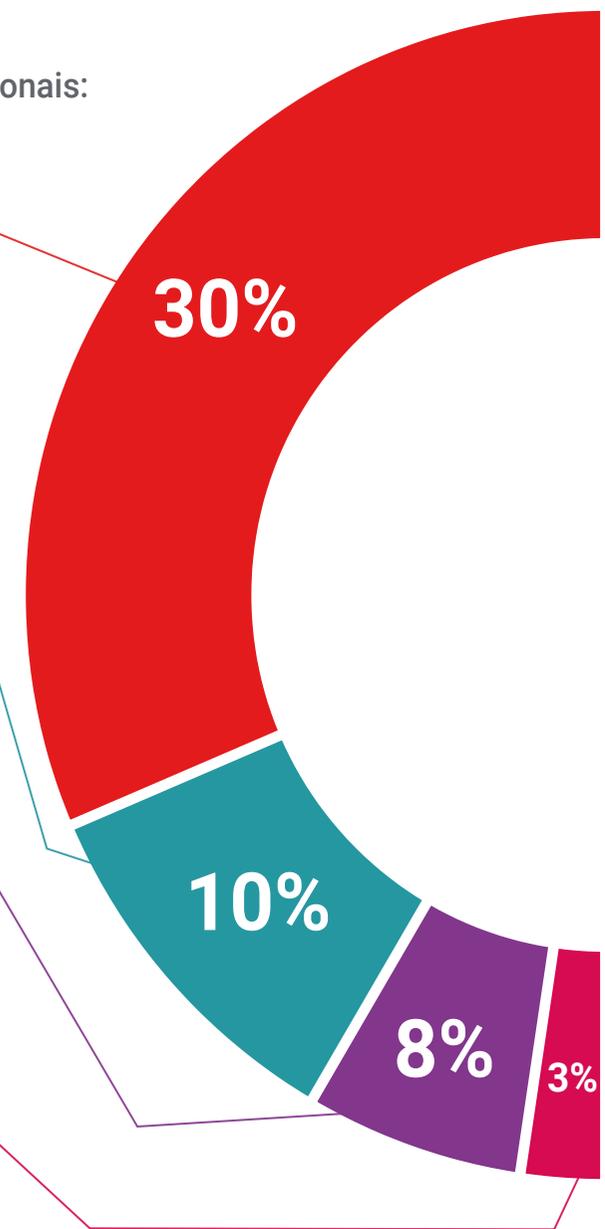
Práticas de habilidades gerenciais

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 está destinado a formados e universitários 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.

Este Executive Master também poderá ser realizado por profissionais que, sendo graduados universitários em qualquer área, tenham dois anos de experiência de trabalho no campo da publicidade.





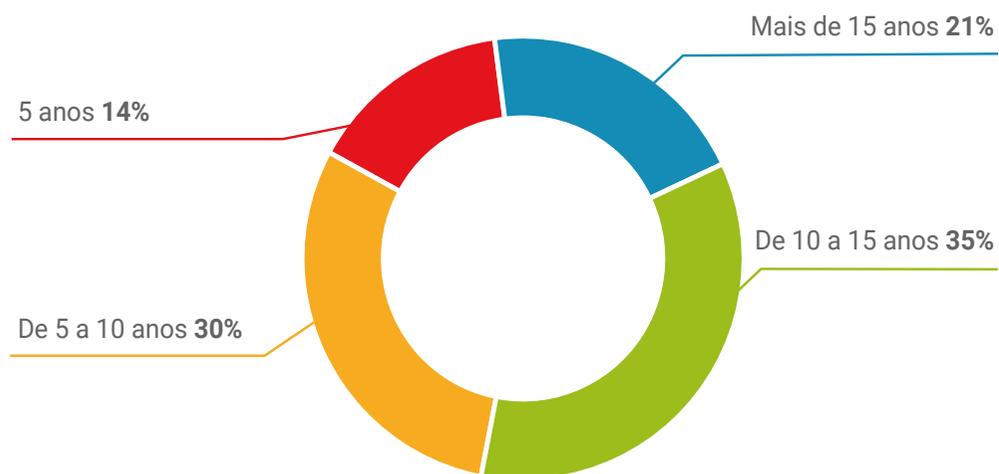
“

*Aumente suas habilidades em
criatividade publicitária sem deixar de
lado suas obrigações profissionais”*

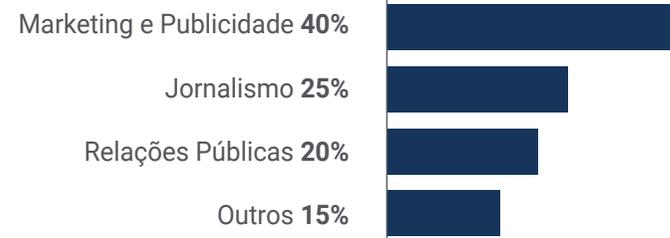
Média de idade

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

Anos de experiência



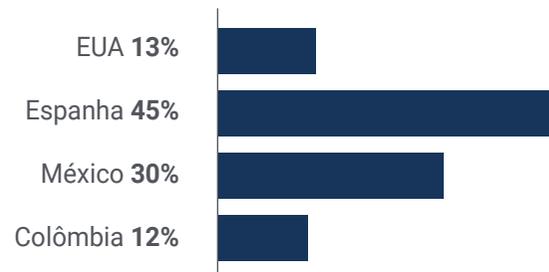
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Mario García Ruiz

Gestor de Marketing e Publicidade

"Fiquei impressionado com a qualidade do conteúdo deste Executive Master. Você pode ver o cuidado especial que os professores dedicaram à sua elaboração, que é muito útil na prática diária e ajuda a aprimorar suas habilidades criativas. Sem dúvida, acho que foi um bom investimento em minha carreira"

09

Direção do curso

Em sua máxima de preservar a qualidade educacional tão característica de seus programas, a TECH selecionou um excelente grupo de publicitários com ampla experiência no setor como responsáveis pela direção e ensino deste Executive Master. Todos esses profissionais são responsáveis pelo desenvolvimento de todos os recursos didáticos. Portanto, o conhecimento assimilado pelo aluno será totalmente aplicável no ambiente de trabalho.



“

Excelentes publicitários com ampla experiência no setor fornecerão a você o conhecimento com maior aplicabilidade profissional”

Direção



Sr. Fernando Labarta Vélez

- Diretor de criação da El Factor H
- Diretor de Marketing na La Ibense
- Diretor de Criação de Eventos da Beon Worldwide
- Diretor de *Branded Content* na Atrium Digital e Mettre
- Diretor de criação do Grupo de Comunicação do Sul, BSB e FCA BMZ Cid
- Professor do Mestrado em Gestão de Comunicação Empresarial e Institucional da Universidade de Sevilha
- Coautor do livro *Cómo crear una marca. Manual do usuário e de gestão*



10

Impacto para a sua carreira

A TECH promoveu a criação deste programa em Criatividade Publicitária com a ideia de impulsionar a carreira profissional de todos os alunos. Para isso, reuniu um excelente grupo de especialistas em Publicidade, que fornecerá o melhor conhecimento e as habilidades mais avançadas nesse campo, garantindo assim uma visão completa do setor em apenas 12 meses de aprendizado.



“

Impulsione sua carreira profissional em apenas 12 meses com os melhores especialistas em publicidade”

Você está pronto para dar um salto? Um excelente crescimento profissional espera por você.

O Executive Master em Criatividade Publicitária da TECH é um programa de estudos intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e decisões empresariais na Publicidade. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

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

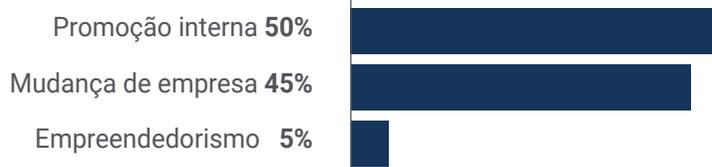
Obtenha o aumento salarial desejado em um curto período de tempo após concluir este programa da TECH.

Estude o Executive Master em Criatividade Publicitária e aumente significativamente suas perspectivas de carreira no mundo da publicidade.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria dos salários

A conclusão deste programa significa um aumento salarial anual de mais de **25%** para nossos alunos



11

Benefícios para a sua empresa

Este programa ajuda a elevar o talento da organização ao seu potencial máximo por meio da capacitação de líderes de alto nível.

Além disso, participar dessa opção universitária é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos para encontrar futuros parceiros profissionais, clientes e fornecedores.



“

Na era digital, os gestores precisam integrar novos processos e estratégias que geram mudanças significativas e desenvolvimento organizacional. Isso só é possível por meio de uma capacitação e atualização universitária"

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 Criatividade Publicitária 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 Criatividade Publicitária** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

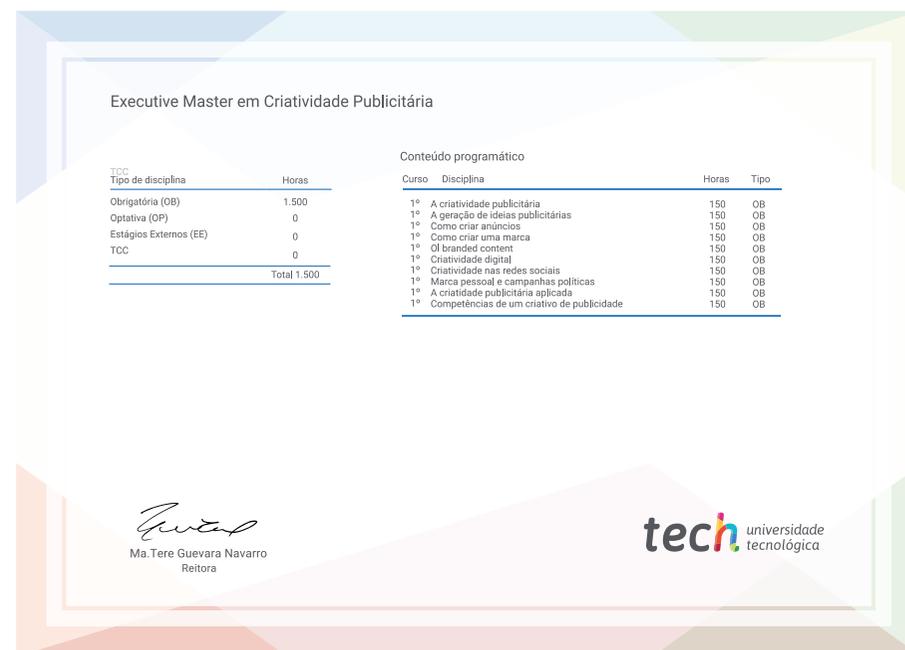
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 Criatividade Publicitária**

Modalidade: **online**

Duração: **6 semanas**



*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 Criatividade Publicitária

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: em seu próprio ritmo
- » Provas: online

Executive Master

Criatividade Publicitária