

# Curso de Especialização

Comunicação Empresarial,  
Estratégia de Marca e Reputação





## Curso de Especialização Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 15 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: [www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-comunicacao-empresarial-estrategia-marca-reputacao](http://www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-comunicacao-empresarial-estrategia-marca-reputacao)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 12*

04

Metodologia

---

*pág. 18*

05

Certificação

---

*pág. 26*

# 01

# Apresentação

A construção e consolidação da imagem de uma marca e a respetiva reputação é um passo fundamental na estratégia comercial de uma empresa. Se este processo não for desenvolvido de forma adequada, a organização corre o risco de ser mal interpretada pelo seu público e não atingir os seus objetivos comerciais. Conscientes deste facto, os profissionais da TECH conceberam esta qualificação com o objetivo de qualificar os profissionais do jornalismo em todos os aspetos relacionados com a construção da reputação de uma marca. Este será o principal trunfo do aluno para entrar num mercado de trabalho que exige cada vez mais jornalistas e comunicadores capazes de dar resposta aos desafios de um setor em plena expansão.



# REPUTATION



“

*Com este Curso de Especialização será capaz de construir uma estratégia de marca bem sucedida e tornar-se um profissional de comunicação empresarial de sucesso”*

A comunicação serve para enviar uma mensagem específica através de canais como as redes sociais, os meios de comunicação de massas ou os círculos de influência, que são de extrema importância no âmbito da estratégia de marca de qualquer empresa. Atualmente, a reputação de uma marca é tudo, até mais do que o produto ou serviço que vende. Hoje em dia, as agências de comunicação enfrentam o desafio de convencer audiências cada vez mais informadas e críticas em relação à informação que lhes é apresentada. Ultrapassar os preconceitos e os estereótipos do receptor, neste caso, o utilizador da Internet, é uma das maiores dificuldades com que se deparam os especialistas que trabalham neste setor.

A crise sanitária veio transformar ainda mais um panorama económico que já estava a sofrer mudanças abruptas. Este facto contribuiu para a proliferação de empresas online e do comércio eletrónico. Por conseguinte, os profissionais deste setor devem ter a mesma excelente capacidade de escolher mensagens e canais que um pintor que mergulha o pincel na paleta, e é precisamente isso que se pretende alcançar ao longo das 375 horas deste Curso de Especialização. Durante este Curso de Especialização, a comunicação será analisada como um campo de estudo e de aplicação. Para o efeito, a TECH conta com profissionais com longas carreiras à frente de empresas em vários setores, bem como com jornalistas especializados. Além disso, conta também com os profissionais académicos mais especializados na área da comunicação empresarial, estratégia de marca e reputação de marca.

Um plano de estudos concebido para os alunos, centrado no seu aperfeiçoamento profissional e que os prepara para atingir a excelência no domínio da Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação. Um Curso de Especialização que compreende as necessidades dos alunos e os leva a atingir os seus objetivos com conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências. Apoiado pela melhor metodologia educativa e por um corpo docente excepcional, irá proporcionar aos alunos as competências necessárias para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Além disso, como é lecionado num formato 100% online, permite que os alunos sejam totalmente responsáveis pela gestão dos seus horários de estudo, sem a necessidade de se deslocarem a qualquer estabelecimento de ensino.

Este **Curso de Especialização em Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado.

As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em comunicação empresarial
- ♦ O seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informação científica e prática sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ As novidades em Comunicação Empresarial
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ A sua ênfase especial em metodologias inovadoras em jornalismo e comunicação empresarial, estratégia de marca e reputação
- ♦ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas em jornalismo e comunicação digital
- ♦ Aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



*Trabalhe com os melhores profissionais da área com este Curso de Especialização com um valor curricular de excelência”*

“

*A TECH oferece-lhe a melhor experiência académica do mercado em estratégia de marca e comunicação empresarial. Só tem de ter motivação para estudar”*

O corpo docente do Curso de Especialização inclui profissionais da área do jornalismo e da comunicação, que trazem a sua experiência de trabalho para esta qualificação, bem como especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

Graças ao seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educativa, o profissional terá acesso a uma aprendizagem situada e contextual, isto é, um ambiente de simulação que proporcionará uma educação imersiva, programada para praticar em situações reais.

A conceção desta qualificação centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o especialista deve tentar resolver as diferentes situações da prática profissional que surgem ao longo do Curso de Especialização. Para tal, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo criado por especialistas reconhecidos na área da Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação.

*Torne-se um excelente jornalista e aprenda a trabalhar com sucesso nos departamentos de comunicação de empresas de todos os setores com total competência.*

*A profissão jornalística tem-se diversificado consideravelmente nos últimos anos. Hoje em dia, uma das saídas profissionais com mais oportunidades de emprego é na área da Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação.*



# 02

# Objetivos

Este Curso de Especialização foi concebido para reforçar as capacidades dos alunos e ajudá-los a desenvolver novas competências e aptidões no domínio da comunicação que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional como jornalistas e comunicadores. Após a conclusão do Curso de Especialização, o aluno será capaz de conceber e implementar ações específicas, quer como membro do gabinete de imprensa de uma empresa, quer como jornalista especializado. Desta forma, irá posicionar-se como profissional de sucesso, adquirindo grandes competências e sendo capaz de liderar projetos de diferentes magnitudes.



“

*Se o seu objetivo é desenvolver a sua carreira como jornalista e comunicador em empresas, gerando estratégias e planos de reputação de sucesso, este Curso de Especialização é ideal para si”*



## Objetivos gerais

- ♦ Ter uma visão abrangente e profissional do ambiente de comunicação, identificando as particularidades do setor, bem como o seu impacto e repercussões no tecido empresarial como um todo
- ♦ Adquirir conhecimentos básicos e avançados para ser capaz de gerar novos ecossistemas de comunicação
- ♦ Potenciar as competências de gestão, analíticas, criativas e de liderança como competências centrais da comunicação empresarial
- ♦ Desenvolver excelentes capacidades de redação e comunicação oral e escrita, verbal e não verbal
- ♦ Adquirir a responsabilidade ética necessária para o desempenho da profissão
- ♦ Desenvolver o pensamento crítico
- ♦ Identificar oportunidades e ser capaz de evoluir através da observação do próprio trabalho
- ♦ Melhorar a agilidade na tomada de decisões através da observação, análise, interpretação e ação em relação a critérios profissionais através da elaboração de relatórios críticos
- ♦ Compreender e reproduzir o processo de comunicação de uma forma eficaz, adaptando-o a cada canal, perfil empresarial e público-alvo

“

*Desenvolva as suas capacidades para se tornar um comunicador versátil que está na vanguarda das últimas tendências”*





## Objetivos específicos

---

### **Módulo 1. Comunicação empresarial, estratégia de marca e reputação**

- ♦ Conceber estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão empresarial e a sua eficiência
- ♦ Planejar e executar planos de comunicação integral

### **Módulo 2. Planeamento estratégico na comunicação empresarial**

- ♦ Produzir textos com base nas convenções estruturais e linguísticas de cada tipologia textual
- ♦ Desenvolver estratégias de comunicação para o planeamento, identificando o objetivo principal de cada projeto

### **Módulo 3. Aspetos de gestão da comunicação empresarial**

- ♦ Implementar modelos de gestão para otimizar os processos de comunicação interna
- ♦ Identificar as principais funções e gestores que fazem parte do conselho de administração da empresa

### **Módulo 4. Ética e responsabilidade social das empresas**

- ♦ Elaborar um roteiro para a sustentabilidade, transparência e economia social a fim de o harmonizar com o quadro ético global do setor em questão
- ♦ Identificar a responsabilidade social da entidade e partilhá-la através de canais de comunicação interna

# 03

## Estrutura e conteúdo

A estrutura dos conteúdos foi concebida por uma equipa de profissionais de jornalismo, marketing e comunicação que, conscientes da relevância atual da qualificação neste campo como meio de aprofundar esta área do conhecimento, conceberam um plano de estudos muito abrangente especialmente pensado para qualificar profissionais das ciências da informação sobre as singularidades e características do mundo da comunicação e das competências de gestão. Assim, após a conclusão do Curso de Especialização, o aluno estará muito mais preparado para trabalhar neste domínio de uma forma mais autónoma e competente.



“

*Contamos com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado, que lhe permitirá mergulhar num mundo apaixonante com todas as garantias de sucesso”*

## Módulo 1. Comunicação empresarial, estratégia de marca e reputação

- 1.1. Identidade corporativa e visão estratégica
  - 1.1.1. Identidade e redefinição dos valores empresariais
  - 1.1.2. Cultura empresarial corporativa
  - 1.1.3. Desafios do departamento de comunicação
  - 1.1.4. Imagem e projeção pública
- 1.2. Estratégia de marca corporativa
  - 1.2.1. Imagem pública e *Stakeholders*
  - 1.2.2. Estratégia e gestão de branding corporativo
  - 1.2.3. Estratégia de comunicação corporativa alinhada com a identidade da marca
- 1.3. Teoria da reputação
  - 1.3.1. A reputação como paradigma da boa empresa
  - 1.3.2. O conceito de reputação corporativa
  - 1.3.3. A reputação interna
  - 1.3.4. A influência da internacionalização na reputação corporativa
- 1.4. Avaliação da reputação
  - 1.4.1. A auditoria de reputação corporativa
  - 1.4.2. Listed Companies Reputation Monitor
  - 1.4.3. Índice Reputacional de Boa Governança
  - 1.4.4. Análise da reputação setorial
- 1.5. Gestão da reputação
  - 1.5.1. A gestão da reputação corporativa
  - 1.5.2. A abordagem reputacional da marca
  - 1.5.3. A gestão reputacional da liderança
- 1.6. Gestão de riscos de reputação e de crises
  - 1.6.1. Ouvir e gerir percepções
  - 1.6.2. Procedimentos, manual de crise e planos de contingência
  - 1.6.3. Formação de porta-vozes em situações de emergência
- 1.7. Sustentabilidade ética
  - 1.7.1. Estratégia e critérios de sustentabilidade
  - 1.7.2. Campanhas de comunicação com critérios de sustentabilidade
  - 1.7.3. Posicionamento e imagem de marca sustentável





- 1.8. Métricas e análíticas de marca e reputação
  - 1.8.1. Introdução às métricas da marca corporativa
  - 1.8.2. Taxas de medição interna e externa
  - 1.8.3. Ferramentas de gestão da marca
  - 1.8.4. Rankings e valorização de marcas

## Módulo 2. Planeamento estratégico na comunicação empresarial

- 2.1. *Strategic planner*
  - 2.1.1. Planificador estratégico: origens e funções
  - 2.1.2. O *Strategic Planner* em empresas de publicidade, assessorias estratégicas e empresas de comunicação
  - 2.1.3. Gestão dos *Stakeholders*
- 2.2. Modelos e escolas para o planeamento
  - 2.2.1. Modelos para a gestão de intangíveis
  - 2.2.2. Intangíveis e plano estratégico
  - 2.2.3. Avaliação de intangíveis
  - 2.2.4. Reputação e intangíveis
- 2.3. Investigação qualitativa em planeamento estratégico
  - 2.3.1. Deteção de *Insights*
  - 2.3.2. *Focus Group* para o planeamento estratégico
  - 2.3.3. Planeamento de entrevistas estratégicas
- 2.4. Investigação quantitativa em planeamento estratégico
  - 2.4.1. Analisar dados e tirar conclusões
  - 2.4.2. Utilização de técnicas psicométricas
  - 2.4.3. Desafios da investigação aplicada à comunicação empresarial
- 2.5. Formulação da estratégia criativa
  - 2.5.1. Explorar alternativas estratégicas
  - 2.5.2. Contra *Briefing* ou *Briefing* criativo
  - 2.5.3. *Branding* e *Positioning*
- 2.6. Utilização estratégica dos diferentes meios de comunicação
  - 2.6.1. Campanhas 360°
  - 2.6.2. Lançamento de novos produtos
  - 2.6.3. Tendências sociais
  - 2.6.4. Avaliação da eficácia

- 2.7. Tendências na comunicação empresarial
  - 2.7.1. Geração e distribuição de conteúdos corporativos
  - 2.7.2. Comunicação empresarial na Web 2.0
  - 2.7.3. Implementação de métricas no processo de comunicação
- 2.8. Patrocínio e mecenato
  - 2.8.1. Estratégias de ação em patrocínio, mecenato e publicidade social
  - 2.8.2. Oportunidades de comunicação e retornos tangíveis e intangíveis
  - 2.8.3. Ações de hospitalidade e colaboração

### Módulo 3. Aspetos de gestão da comunicação empresarial

- 3.1. A comunicação nas organizações
  - 3.1.1. As organizações, as pessoas e a sociedade
  - 3.1.2. Evolução histórica do comportamento organizacional
  - 3.1.3. Comunicação bidirecional
  - 3.1.4. Obstáculos à comunicação
- 3.2. Estrutura, gestão e desafios da divisão de comunicação
  - 3.2.1. Estrutura departamental das divisões de comunicação
  - 3.2.2. Tendências atuais nos modelos de gestão
  - 3.2.3. Integração de intangíveis
  - 3.2.4. Desafios do departamento de comunicação
- 3.3. Plano de comunicação integral
  - 3.3.1. Auditoria e diagnóstico
  - 3.3.2. Elaboração do plano de comunicação
  - 3.3.3. Medição de resultados: KPI e ROI
- 3.4. Efeitos dos meios de comunicação
  - 3.4.1. Eficácia da comunicação comercial e publicitária
  - 3.4.2. Teorias sobre os efeitos dos meios de comunicação
  - 3.4.3. Modelos sociais e de cocriação
- 3.5. Gabinetes de imprensa e relações com os meios de comunicação
  - 3.5.1. Identificação de oportunidades e necessidades de informação
  - 3.5.2. Gestão de reportagens e entrevistas com porta-vozes
  - 3.5.3. *Press Room* virtual e e-comunicação
  - 3.5.4. Compra de espaços publicitários

- 3.6. Relações públicas
  - 3.6.1. Estratégia e prática das relações públicas
  - 3.6.2. Regras de protocolo e cerimónias
  - 3.6.3. Organização de eventos e gestão criativa
- 3.7. Lobbies e grupos de pressão
  - 3.7.1. Grupos de opinião e o seu papel nas empresas e instituições
  - 3.7.2. Relações institucionais e *Lobbying*
  - 3.7.3. Áreas de intervenção, instrumentos regulamentares, estratégia e meios de divulgação
- 3.8. Comunicação interna
  - 3.8.1. Programas de motivação, ação social, participação e capacitação de recursos humanos
  - 3.8.2. Instrumentos e suportes de comunicação interna
  - 3.8.3. O plano de comunicação interna
- 3.9. *Branding e Naming*
  - 3.9.1. Gestão de marcas e coordenação de lançamentos de novos produtos
  - 3.9.2. Reposicionamento de marcas
- 3.10. Previsão de audiências e fontes de dados
  - 3.10.1. Unidades de medição e perfis de audiência
  - 3.10.2. Afinidade, *Share*, *Rating* e GrP
  - 3.10.3. Fornecedores atuais no mercado da publicidade

### Módulo 4. Ética e responsabilidade social das empresas

- 4.1. Função diretiva e a RSE
  - 4.1.1. Visão estratégica da responsabilidade social das empresas
  - 4.1.2. O painel de controlo integral
  - 4.1.3. Sistemas e modelos para a implementação da RSE
  - 4.1.4. Organização da RSE. Papéis e responsabilidades
- 4.2. *Corporate Responsibility*
  - 4.2.1. A criação de valor numa economia de intangíveis
  - 4.2.2. RSE: compromisso empresarial
  - 4.2.3. Impacto social, ambiental e económico



- 4.3. Financiamento e investimento responsáveis
  - 4.3.1. Sustentabilidade e a responsabilidade do CFO
  - 4.3.2. Transparência da informação
  - 4.3.3. Financiamento e investimento responsáveis
  - 4.3.4. Economia social, cooperativismo e responsabilidade social das empresas
- 4.4. Empresas e meio ambiente
  - 4.4.1. Desenvolvimento sustentável
  - 4.4.2. Desenvolvimentos legislativos em matéria de responsabilidade ambiental
  - 4.4.3. Resposta das empresas às questões ambientais
  - 4.4.4. Resíduos e emissões

“

*Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional”*

04

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

*Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”*



*Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.*



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

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

*O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

*Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.*

Na TECH aprende-se com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

*O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.*

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



#### Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializados.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



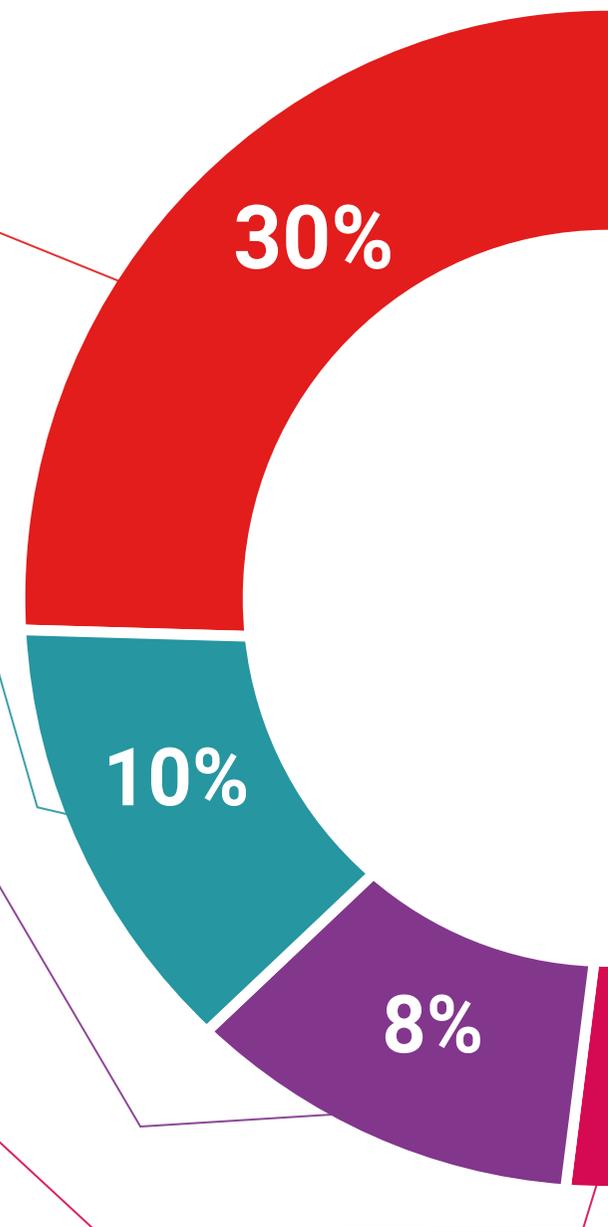
#### Práticas de aptidões e competências

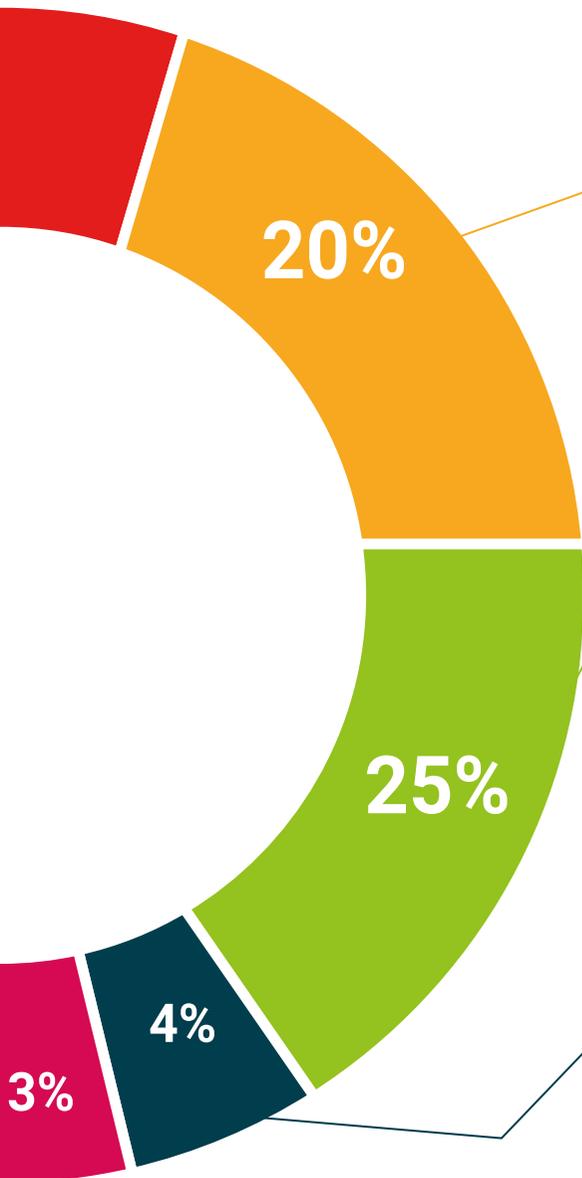
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





#### Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



#### Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



#### Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



05

# Certificação

O Curso de Especialização em Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Curso de Especialização em Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

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

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

**Certificação: Curso de Especialização em Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação**

Modalidade: **online**

Duração: **3 meses**

ECTS: **15**



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



## Curso de Especialização Comunicação Empresarial, Estratégia de Marca e Reputação

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 15 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

# Curso de Especialização

Comunicação Empresarial,  
Estratégia de Marca e Reputação

