

Curso de Especialização

Audiências e Recepção
do Produto Audiovisual





Curso de Especialização

Audiências e Receção do Produto Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 24 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-audiencias-rececao-produto-audiovisual

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

Conhecer o público, as suas evoluções e a sua identidade em mutação em termos de consumo audiovisual é o elemento-chave para garantir que qualquer produto desta indústria tem o impacto desejado no público. Este Curso de Especialização conduzirá o aluno à aprendizagem mais completa neste tema e nos relacionados com a receção de produtos audiovisuais, numa especialização da mais alta qualidade; a marca de todos os cursos da TECH.



“

“Aprenda a compreender e a reconhecer os fluxos de consumo do público do audiovisual e a trazer para o seu trabalho a capacidade de gerar produtos de sucesso neste setor”

Qualquer produto audiovisual nasce com o objetivo de ser consumido por um público. Este torna-se o desafio que orienta toda a construção do projeto e é configurado de forma dinâmica em cada ocasião.

Este dinamismo baseia-se na evolução dos fluxos de consumo do público ao longo do tempo e que definem os gostos dos diferentes setores. O produto audiovisual é obrigado a adaptar-se constantemente a estes cenários para ter a capacidade de atingir os objetivos desejados.

Este Curso de Especialização analisará como se configura este comportamento do público e das audiências e quais os ajustes e adaptações que o profissional deste setor deve realizar para criar produtos competitivos e de qualidade.



A inevitável ditadura das audiências desvendada em todos os aspetos que o profissional do audiovisual deve conhecer para competir"

Este **Curso de Especialização em Audiências e Receção do Produto Audiovisual** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ A mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ Um sistema de ensino extremamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos que são fáceis de assimilar e compreender
- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas no ativo
- ♦ Sistemas de vídeo interativos de última geração
- ♦ Ensino apoiado pela teleprática
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem autorregulada: total compatibilidade com outras profissões
- ♦ Exercícios práticos de autoavaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educativas: perguntas ao especialista, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ Comunicação com o professor e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis, inclusive após o Curso de Especialização

“

Uma aprendizagem contextualizada e realística que lhe permitirá pôr em prática a sua aprendizagem através de novas aptidões e competências”

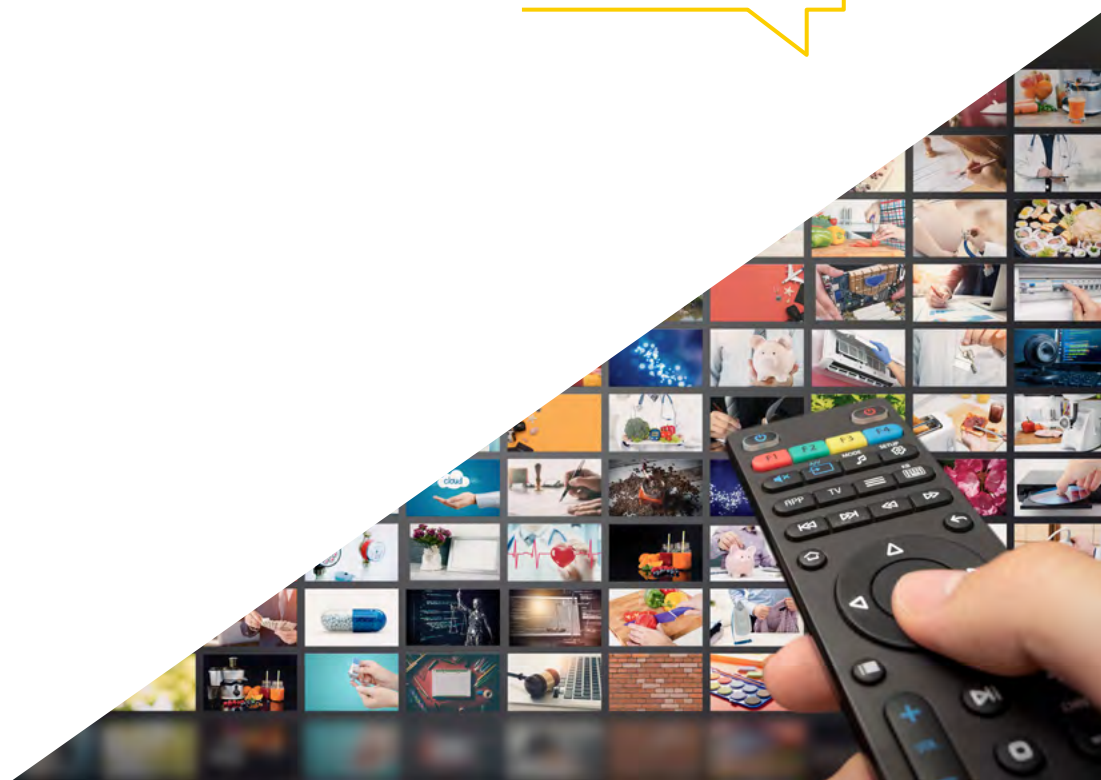
O corpo docente é composto por profissionais no ativo. Desta forma, a TECH garante que cumpre o objetivo da atualização educativa que pretende. Uma equipa multidisciplinar de professores capacitados e experientes em diferentes âmbitos, que desenvolverão os conhecimentos teóricos de forma eficiente, mas, sobretudo, que colocarão ao serviço do Curso de Especialização os conhecimentos práticos decorrentes da sua própria experiência: uma das qualidades que diferenciam esta especialização.

Este domínio da matéria é complementado com a eficácia da estrutura metodológica deste Curso de Especialização. Desenvolvida por uma equipa multidisciplinar de especialistas em *e-learning*, esta especialização integra os últimos desenvolvimentos da tecnologia educativa. Desta forma, poderá estudar com uma gama de ferramentas multimédia cómodas e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita na sua especialização.

Este Curso de Especialização foi desenvolvido sob a ótica da Aprendizagem Baseada em Problemas: uma abordagem que considera a aprendizagem como um processo eminentemente prático. Para o conseguir de forma remota, utilizaremos a teleprática: com a ajuda de um sistema de vídeos interativos inovador e do *Learning from an Expert*, poderá adquirir os conhecimentos como se estivesse a ser confrontado com o cenário que está a aprender nesse momento. Um conceito que lhe permitirá integrar e consolidar a aprendizagem de uma forma mais realista e permanente.

O estudo das Audiências e da Receção do Produto Audiovisual é numa especialização de grande interesse para o profissional desta área.

Um Curso de Especialização prático e real que lhe permitirá progredir gradualmente e com segurança.



02 Objetivos

Os objetivos que a TECH estabelece para cada um dos seus cursos estão centrados na obtenção de um impulso global para o desenvolvimento dos seus alunos, não só no contexto académico, no qual são estabelecidos os mais elevados padrões de qualidade, mas também no pessoal. Para tal, oferece um desenvolvimento educativo estimulante e flexível para alcançar a satisfação de cumprir os objetivos de forma eficaz.



“

Aprenda de uma forma eficiente e estimulante e atinja os seus objetivos profissionais com a qualidade de um Curso de Especialização de grande impacto educativo"



Objetivos gerais

- Conhecer o funcionamento dos fluxos de consumo no produto audiovisual
- Estudar as audiências e o seu poder no produto audiovisual
- Desenvolver os diferentes aspetos da receção do produto audiovisual



Impulsionamos o seu crescimento profissional com este Curso de Especialização em Audiências e Receção do Produto Audiovisual apoiando o seu desenvolvimento com produtos educativos da mais alta qualidade"





Objetivos específicos

Módulo 1. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- ♦ Estudar as transformações ocorridas nas indústrias culturais na oferta e no consumo das redes digitais, nos seus aspetos económicos, políticos e socioculturais
- ♦ Aprofundar os desafios que o ambiente digital tem colocado aos modelos de negócio das empresas jornalísticas e de outras indústrias culturais tradicionais
- ♦ Analisar e conceber estratégias inovadoras que contribuam para a melhoria dos processos de gestão e tomada de decisões, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em conformidade com as necessidades das audiências e dos anunciantes
- ♦ Compreender as mudanças nos processos de organização e gestão dos recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos das novas empresas no ambiente digital

Módulo 2. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- ♦ Conhecer os conceitos fundamentais que regem a distribuição, comercialização e difusão de um produto audiovisual na sociedade contemporânea
- ♦ Identificar as diferentes janelas de exibição audiovisual e acompanhamento das amortizações
- ♦ Conhecer as estratégias de produção executiva no desenvolvimento e posterior distribuição de projetos audiovisuais
- ♦ Identificar o design de comercialização de uma produção audiovisual através do seu impacto nos diferentes meios audiovisuais contemporâneos
- ♦ Conhecer a história e os problemas contemporâneos dos festivais de cinema
- ♦ Identificar as diferentes categorias e modalidades dos festivais de cinema

Módulo 3. O público audiovisual

- ♦ Conhecer, a nível teórico, as correntes de estudos dedicadas à receção audiovisual
- ♦ Identificar as diferenças entre as diversas formas de abordar o estudo da receção audiovisual e o estado atual da arte
- ♦ Compreender o funcionamento das redes sociais como uma parte fundamental do atual ambiente audiovisual
- ♦ Compreender as ligações entre o público e o conteúdo
- ♦ Ter a capacidade de compreender as transformações provocadas pela digitalização

Módulo 4. Cinema, televisão e sociedade contemporânea

- ♦ Identificar as principais tendências dos modelos de representação contemporâneos na televisão e no cinema
- ♦ Desenvolver o raciocínio crítico na abordagem dos processos de criação e análise dos diferentes modos de representação nos meios audiovisuais
- ♦ Distinguir e estudar os processos socioculturais e o seu impacto nos procedimentos representativos do audiovisual
- ♦ Compreender e analisar criticamente as produções cinematográficas contemporâneas numa perspetiva social, cultural e estética
- ♦ Conhecer os fundamentos teóricos e metodológicos para a análise do cinema e da televisão como geradores de representação social e de produção de significados
- ♦ Adquirir a capacidade de distinguir e analisar criticamente as mutações que ocorrem no cinema e na televisão contemporâneos no seu contexto social e dimensão cultural

03

Estrutura e conteúdo

O conteúdo é uma viagem muito completa através de cada um dos conhecimentos necessários para compreender e assumir as formas de trabalhar neste campo. Com uma abordagem centrada na aplicação prática que permitirá ao aluno crescer como profissional desde o primeiro momento da especialização.



“

Um conteúdo abrangente centrado na aquisição de conhecimentos e na sua conversão em competências reais, criado para o impulsionar para a excelência"

Módulo 1. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- 1.1. A cultura artesanal mercantilizada
 - 1.1.1. Do espetáculo ao vivo às artes plásticas
 - 1.1.2. Museus e património
 - 1.1.3. A cidade
- 1.2. Tecnologia, comunicação e cultura
 - 1.2.1. Tecnologia, IC e comunicação social. Tecnologia e utopias
- 1.3. Estrutura das IC: natureza económica
 - 1.3.1. Oferta
 - 1.3.2. O trabalho criativo e a propriedade intelectual
 - 1.3.3. O consumo
- 1.4. Os principais setores das IC
 - 1.4.1. Os produtos editoriais
 - 1.4.2. As IC de fluxo
 - 1.4.3. Os modelos híbridos
- 1.5. A globalização e diversidade nas IC
 - 1.5.1. Concentração, internacionalização e globalização das IC
 - 1.5.2. A luta pela diversidade e a sua evolução para a sociedade da informação
- 1.6. A era digital nas IC
 - 1.6.1. Os bens de edição online/tradicionais
 - 1.6.2. As IC de fluxo
 - 1.6.3. Novos modelos na era digital: o direito de autor digital e as suas questões
 - 1.6.4. Cultura livre e licenças *Creative Commons*
 - 1.6.5. Criatividade e inovação na criação de projetos audiovisuais *low cost*
 - 1.6.6. O que são conteúdos audiovisuais de baixo custo?
 - 1.6.7. Crowdfunding e a centralidade da Internet
- 1.7. As políticas culturais e de cooperação
 - 1.7.1. O papel dos Estados e das regiões dos países (União Europeia, MERCOSUR, TLC)



- 1.8. Desafios e oportunidades de negócio para os meios de comunicação social face à digitalização
- 1.9. Meios digitais e meios de comunicação na era digital I
 - 1.9.1. O negócio da imprensa online: desafios e questões. Métodos de planeamento e controlo de projetos para a tomada de decisões nas empresas jornalísticas no ambiente digital
 - 1.9.2. Inovação e design de estratégias para o desenvolvimento de produtos informativos e melhoria dos processos de gestão e de tomada de decisões no ambiente digital
 - 1.9.3. A rádio no ambiente digital
- 1.10. Meios digitais e meios de comunicação na era digital II
 - 1.10.1. Novas chaves para a gestão publicitária nos meios digitais. Alterações dos parâmetros para a gestão do tempo e do espaço. Marketing viral e conteúdo de marca
 - 1.10.2. Particularidades dos meios de comunicação na era digital: empresas emergentes. Os negócios na blogosfera e nas redes sociais. Os novos consumidores e utilizadores. Estratégias de posicionamento no mercado da informação
 - 1.10.3. Ficção na Internet: as webséries

Módulo 2. Gestão e promoção de produtos audiovisuais

- 2.1. A distribuição audiovisual
 - 2.1.1. Introdução
 - 2.1.2. Os agentes da distribuição
 - 2.1.3. Os produtos da comercialização
 - 2.1.4. Os âmbitos da distribuição audiovisual
 - 2.1.5. Distribuição nacional
 - 2.1.6. Distribuição internacional
- 2.2. A empresa de distribuição
 - 2.2.1. A estrutura organizativa
 - 2.2.2. A negociação do contrato de distribuição
 - 2.2.3. Os clientes internacionais
- 2.3. Janelas de exploração, contratos e vendas internacionais
 - 2.3.1. Janelas de exploração
 - 2.3.2. Contratos de distribuição internacional
 - 2.3.3. As vendas internacionais

- 2.4. Marketing cinematográfico
 - 2.4.1. Marketing no cinema
 - 2.4.2. A cadeia de valor da produção cinematográfica
 - 2.4.3. Os meios publicitários ao serviço da promoção
 - 2.4.4. As ferramentas para o lançamento
- 2.5. Os estudos de mercado no cinema
 - 2.5.1. Introdução
 - 2.5.2. Fase de pré-produção
 - 2.5.3. Fase de pós-produção
 - 2.5.4. Fase de comercialização
- 2.6. Redes sociais e promoção cinematográfica
 - 2.6.1. Introdução
 - 2.6.2. Promessas e limites das redes sociais
 - 2.6.3. Os objetivos e a sua medição
 - 2.6.4. Calendário de promoção e estratégias
 - 2.6.5. Interpretar o que dizem as redes
- 2.7. A distribuição audiovisual na Internet I
 - 2.7.1. O novo mundo da distribuição audiovisual
 - 2.7.2. O processo de distribuição na Internet
 - 2.7.3. Os produtos e as possibilidades no novo cenário
 - 2.7.4. Novos modos de distribuição
- 2.8. A distribuição audiovisual na Internet II
 - 2.8.1. Chaves para o novo cenário
 - 2.8.2. Os perigos da distribuição na Internet
 - 2.8.3. O Video on Demand (VOD) como uma nova janela de distribuição
- 2.9. Novos espaços de distribuição
 - 2.9.1. Introdução
 - 2.9.2. A revolução da Netflix
- 2.10. Os festivais de cinema
 - 2.10.1. Introdução
 - 2.10.2. O papel dos festivais de cinema na distribuição e exibição

Módulo 3. O público audiovisual

- 3.1. As teorias da receção I
 - 3.1.1. Introdução às teorias da receção
 - 3.1.2. As primeiras correntes dos estudos de receção
- 3.2. As teorias da receção II
 - 3.2.1. A mudança de paradigma nas teorias da receção
 - 3.2.2. Uma proposta teórica para analisar o público audiovisual: os contributos de Janet Staiger
- 3.3. O público cinematográfico I
 - 3.3.1. Evolução nos EUA
 - 3.3.2. Caso de estudo aplicado
- 3.4. O público cinematográfico II
 - 3.4.2. Caso de estudo aplicado
- 3.5. As audiências televisivas I
 - 3.5.1. Porquê estudá-las?
 - 3.5.2. A medição de audiências: estudos quantitativos tradicionais
 - 3.5.3. Limitações e crises no ambiente digital
- 3.6. As audiências televisivas II
 - 3.6.1. Pós-audiência. Medição de audiências na Internet e na TDT
 - 3.6.2. Até um novo modelo de análise: a cultura da convergência
- 3.7. Públicos e audiências na atualidade I
 - 3.7.1. As audiências e as minorias: as implicações de género, sexualidade e raça/etnia em relação aos meios de comunicação
 - 3.7.2. Novas abordagens ao conceito de audiência: etnografia, fandom, comunidade, transmídia, transtextualidade
 - 3.7.3. Comportamentos dos fãs
- 3.8. Públicos e audiências na atualidade II
 - 3.8.1. O espetador de estrelas cinematográficas
 - 3.8.2. O espetador de filmes/séries de culto
 - 3.8.3. Do cinema para casa: experiências coletivas e individuais dos espetadores
 - 3.8.4. O efeito da violência, do horror e das imagens sexualmente explícitas no espetador
 - 3.8.5. O lugar da memória no espetador audiovisual

- 3.9. Estudos aplicados I
 - 3.9.1. A recepção de A Vénus Loira (Josef von Sternberg, 1932): censura contra os fãs
 - 3.9.2. A recepção crítica de A Laranja Mecânica (Stanley Kubrick, 1971) nos EUA
- 3.10. Estudos aplicados II
 - 3.10.1. O Silêncio dos Inocentes (Jonathan Demme, 1991): A produção de significados culturais para a comunidade gay e feminista nos EUA
 - 3.10.2. As audiências de Game of Thrones (HBO, 2011-2019): a transversalidade e a globalidade da cultura de fãs

Módulo 4. Cinema, televisão e sociedade contemporânea

- 4.1. Identidade
 - 4.1.1. A identidade no mundo primitivo
 - 4.1.2. A identidade no mundo medieval
 - 4.1.3. A identidade na modernidade
 - 4.1.4. A identidade na pós-modernidade
- 4.2. Representação
 - 4.2.1. Representação e cultura visual
 - 4.2.2. Representação ao longo da história
 - 4.2.3. O valor instrumental da imagem
- 4.3. A identidade coletiva: a nação e a classe operária
 - 4.3.1. Representação da identidade coletiva na modernidade: o outro
 - 4.3.2. O *free cinema* e a legitimação da classe trabalhadora no Reino Unido. Consequências
- 4.4. Imagens de masculinidade
 - 4.4.1. A representação do homem na modernidade
 - 4.4.2. Novas Masculinidades no cinema e na televisão
- 4.5. Representação da identidade sexual e da identidade transgênero
 - 4.5.1. Orientação sexual e identidade transgênero: uma viagem através do cinema e da televisão
- 4.6. Crise geracional
 - 4.6.1. Adolescência, crise dos trinta, neo-existencialismo

- 4.7. Parcerias e relações
 - 4.7.1. Amores líquidos
- 4.8. A representação da crise econômica e revisão do sonho americano
 - 4.8.1. Dinheiro, fama, figura do *self-made man*
- 4.9. Representações do terrorismo no cinema e na televisão
 - 4.9.1. Do tabu à paródia



Estude ao seu próprio ritmo, com a flexibilidade de um Curso de Especialização que combina a aprendizagem com outras profissões de uma forma confortável e realística"

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 Audiências e Recepção do Produto Audiovisual garante, 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 Audiências e Receção do Produto Audiovisual** 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 Curso de Especialização, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Audiências e Receção do Produto Audiovisual**

Modalidade: **online**

Duração: **24 semanas**

ECTS: **18**



*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 Audiências e Receção do Produto Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 24 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Audiências e Recepção
do Produto Audiovisual

