

Curso de Especialização

Comunicação





Curso de Especialização

Comunicação

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 24 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-comunicacao

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 comunicação é essencial no domínio da publicidade e das relações públicas, uma vez que as mensagens devem ter uma série de características específicas que sirvam para persuadir o público e incentivá-lo a comprar. Esta especialização foi concebido pela TECH para apresentar aos alunos as mais recentes técnicas e ferramentas de comunicação, bem como os conhecimentos mais avançados do setor, que serão fundamentais para o seu crescimento pessoal e, sobretudo, profissional. Uma especialização de alta qualidade que se destaca pelo seu conteúdo abrangente e atualizado e pela sua metodologia de aprendizagem eficaz.



“

Aceda a cargos relevantes no domínio da Comunicação, melhorando as suas aptidões e competências com este Curso de Especialização”

Este Curso de Especialização tem como objetivo fornecer aos alunos as ferramentas e os conhecimentos necessários para obter uma visão global e exaustiva da comunicação e para compreender o sistema dos meios de comunicação e a sua estrutura no panorama mundial e no seu contexto global. Para o efeito, a especialização irá abordar a configuração da estrutura de comunicação mundial composta por grandes conglomerados de meios de comunicação, agências noticiosas, grupos publicitários e a indústria cinematográfica. Os alunos irão ficar a saber quem faz parte do sistema mediático e quais as empresas que participam no capital social das grandes empresas de comunicação, bem como as políticas mediáticas dos organismos públicos nacionais e transnacionais.

Por seu lado, a comunicação empresarial tornou-se um dos pilares mais importantes de qualquer empresa. Todas as entidades querem estar presentes nos meios de comunicação ou ter uma melhor comunicação com os seus clientes, fornecedores e colaboradores. Em muitos casos, esta ânsia de comunicar a qualquer custo não segue nenhuma tática para alcançar uma estratégia definida, implicando uma improvisação a que nenhuma empresa deve recorrer. Por conseguinte, é essencial que os profissionais adquiram uma qualificação superior neste domínio, que lhes permita dominar as principais técnicas e ferramentas de comunicação para as colocar em prática no seu trabalho quotidiano, o que lhes permitirá aceder a cargos relevantes.

Para o efeito, esta especialização oferece também aos alunos uma visão detalhada do pensamento criativo e da sua aplicação no domínio da comunicação, o que lhes permitirá compreender e assimilar o processo criativo em qualquer circunstância essencial, prestando especial atenção à comunicação persuasiva. O objetivo é apresentar teorias e técnicas para ultrapassar preconceitos, desenvolver a imaginação e despertar uma atitude conducente à geração de ideias originais em qualquer esfera comunicativa.

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

- ♦ A utilização da mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ O sistema de ensino, intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos, é fácil de assimilar e compreender
- ♦ 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 autoregulada, permitindo total compatibilidade com outras ocupações
- ♦ 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 corpo docente e trabalhos de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis



Conheça as especificidades da Comunicação e torne-se um especialista no sector”

“

Esta especialização irá ensiná-lo a lidar de forma competente com os aspetos fundamentais da Comunicação”

O corpo docente desta especialização é composto por profissionais de diferentes áreas relacionadas com esta especialidade. Desta forma, a TECH pode oferecer o objetivo de atualização académica a que se propôs. Uma equipa multidisciplinar de profissionais experientes em diferentes ambientes que desenvolverão os conhecimentos teóricos de uma forma eficiente, mas acima de tudo, colocarão ao serviço dos alunos os conhecimentos práticos decorrentes da sua própria experiência.

Este domínio do assunto é complementado pela eficácia do projeto metodológico. Desenvolvido por uma equipa de especialistas em e-learning, integra os últimos avanços na tecnologia educativa. Desta forma, o aluno poderá estudar com uma gama de ferramentas multimédia práticas e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita no processo de estudo.

A conceção desta especialização centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas. Uma abordagem que concebe a aprendizagem como um processo eminentemente prático. Para alcançar isto remotamente, é utilizada a *teleprática*. Assim, com a ajuda de um sistema inovador de vídeo eletrónico e o *Learning from an Expert*, o aluno será capaz de adquirir os conhecimentos como se estivesse a lidar com um caso real. Um conceito que permitirá que a aprendizagem seja integrada e fundamentada de forma realista e permanente.

Inscreva-se neste Curso de Especialização e aceda a todos os seus recursos académicos de forma ilimitada.

A utilização da teleprática dar-lhe-á a oportunidade de aprender através de uma experiência imersiva, que lhe proporcionará uma integração mais rápida e uma visão muito mais realista do conteúdo.



02

Objetivos

A conclusão deste Curso de Especialização em Comunicação da TECH Universidade Tecnológica permitirá aos estudantes atingir os seus objetivos académicos nesta área, de modo a que possam adquirir os conhecimentos necessários para os transferir com sucesso para o seu trabalho diário, o que será uma grande mais-valia para alcançar uma melhoria profissional neste domínio. Sem dúvida, um curso que irá marcar um antes e um depois na qualificação dos alunos.



INTERNATIONAL FEDERATION FOR
HUMAN RIGHTS

nt denounces gross

“

Se o seu objetivo é reorientar a sua capacitação para novos caminhos de sucesso e desenvolvimento, este Curso de Especialização é para si”



Objetivo geral

- ♦ Adquirir os conhecimentos necessários para realizar uma comunicação publicitária adequada, utilizando as ferramentas digitais mais avançadas

“

Atinja os seus objetivos académicos no domínio da Comunicação e avance com sucesso neste domínio”





Objetivos específicos

Módulo 1. Estrutura da comunicação

- ♦ Ser capaz de compreender os conceitos básicos e os modelos teóricos da comunicação humana, os seus elementos e características, bem como o papel que esta desempenha nos processos psicológicos da publicidade e das relações públicas
- ♦ Ter a capacidade de contextualizar adequadamente os sistemas de comunicação social e em particular a estrutura de comunicação global
- ♦ Saber descrever as principais tendências de investigação em comunicação social, bem como os seus diferentes modelos: comportamentalista, funcional, construtivista e estruturalista
- ♦ Saber definir o quadro de ação dos grandes grupos de comunicação social e os seus processos de concentração

Módulo 2. Comunicação institucional

- ♦ Para conhecer o departamento de comunicação dentro das empresas e instituições
- ♦ Aplicar as técnicas necessárias para a gestão de um departamento de comunicação nas empresas e instituições
- ♦ Saber como organizar eventos na esfera privada e pública, seguindo as diretrizes do protocolo
- ♦ Conhecer as técnicas de investigação da imagem corporativa e saber aplicar os instrumentos de comunicação para a gerir eficazmente nas empresas e nas organizações públicas
- ♦ Aplicar os instrumentos de análise da identidade e da reputação das empresas
- ♦ Analisar a natureza e o funcionamento dos grupos de interesse e de pressão nas democracias atuais
- ♦ Compreender a importância das redes sociais e do *e-mobile* como apoio e revolução comercial e utilizar estes instrumentos para alcançar objetivos de publicidade e relações públicas

Módulo 3. Criatividade na comunicação

- ♦ Conhecer a estrutura e transformação da sociedade atual em relação aos elementos, formas e processos da comunicação publicitária e de relações públicas
- ♦ Fomentar a criatividade e a persuasão através de diferentes suportes e diferentes meios de comunicação
- ♦ Conhecer os elementos, formas e processos das linguagens publicitárias e outras formas de comunicação persuasiva
- ♦ Conhecer instrumentos significativos e apropriados para o estudo da publicidade e das relações públicas
- ♦ Conhecer os campos da publicidade e das relações públicas e os seus processos e estruturas organizacionais
- ♦ Identificar os perfis profissionais do publicitário e do profissional de relações públicas, bem como as principais competências que lhes são exigidas na sua prática profissional
- ♦ Identificar os princípios fundamentais da criatividade humana e a sua aplicação nas manifestações de comunicação persuasiva

Módulo 4. Agência publicitária e de relações públicas

- ♦ Permitir ao aluno relacionar a publicidade e as relações públicas de uma forma coerente com outras ciências sociais e humanas
- ♦ Qualificar o aluno para compreender os conceitos básicos e os modelos teóricos da comunicação humana, os seus elementos e características, bem como o papel que desempenha nos processos psicológicos da publicidade e das relações públicas
- ♦ Preparar o aluno para identificar e analisar os processos psicossociais, cognitivos e emocionais da comunicação publicitária e de relações públicas

03

Estrutura e conteúdo

Os conteúdos deste Curso de Especialização foram desenvolvidos por diferentes especialistas com um objetivo claro: garantir que os alunos adquiram as competências necessárias para se tornarem verdadeiros especialistas em comunicação e aplicarem tudo o que aprenderam no seu trabalho diário. Uma especialização abrangente e bem estruturada que elevará as competências dos alunos aos mais altos padrões de qualidade e sucesso, para que possam aceder a posições relevantes no setor da publicidade e das relações públicas.



“

O plano de estudos está estruturado em unidades didáticas bem desenvolvidas, que lhe permitirão fazer um percurso académico de sucesso no domínio da Comunicação”

Módulo 1. Estrutura da comunicação

- 1.1. Teoria, conceito e método da estrutura da comunicação
 - 1.1.2. O método estruturalista
 - 1.1.3. Definição e objeto da estrutura da comunicação
 - 1.1.4. Guia para a análise da estrutura da comunicação
- 1.2. Nova ordem internacional da comunicação
 - 1.2.1. Controlo e propriedade da comunicação
 - 1.2.2. Comercialização da comunicação
 - 1.2.3. Dimensão cultural da comunicação
- 1.3. Grandes agências noticiosas
 - 1.3.1. O que é uma agência noticiosa
 - 1.3.2. Informação e notícias. A importância do jornalista
 - 1.3.3. Antes da Internet, as grandes incógnitas
 - 1.3.4. Um mapa globalizado. Do local ao transnacional
 - 1.3.5. As agências noticiosas podem ser vistas graças à Internet
 - 1.3.6. As principais agências mundiais
- 1.4. A indústria publicitária e a sua relação com o sistema de meios de comunicação
 - 1.4.1. Indústria publicitária, indústrias da consciência
 - 1.4.2. A necessidade de publicidade nos meios de comunicação social
 - 1.4.3. Estrutura da indústria publicitária
 - 1.4.4. Os meios de comunicação social e a sua relação com a indústria publicitária
 - 1.4.5. Regulamentação e ética da publicidade
- 1.5. O cinema e o mercado da cultura e do lazer
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. A natureza complexa do cinema
 - 1.5.3. A origem da indústria
 - 1.5.4. Hollywood, a capital mundial do cinema
 - 1.5.5. O poder de Hollywood
 - 1.5.6. Dos Óscares da Hollywood dourada à *photocall* de novas plataformas
- 1.6. Poder político e os meios de comunicação
 - 1.6.1. Influência dos meios de comunicação social na formação da sociedade
 - 1.6.2. Meios de comunicação e poder político
 - 1.6.3. Manipulação e poder (político)





- 1.7. Concentração de meios e políticas de comunicação
 - 1.7.1. Abordagem teórica dos processos de crescimento externo
 - 1.7.2. Concorrência e políticas de comunicação na União Europeia
- 1.8. Estrutura da comunicação em Espanha
 - 1.8.1. O setor da comunicação no contexto da atividade económica espanhola
 - 1.8.2. O mercado da comunicação
 - 1.8.3. A comunicação no sistema de produção espanhol: entre a concorrência perfeita e o oligopólio
 - 1.8.4. O setor público e privado da comunicação em Espanha
 - 1.8.5. Principais setores da comunicação social no mercado espanhol de informação
 - 1.8.6. Estrutura da televisão em Espanha
 - 1.8.7. A rádio em Espanha
 - 1.8.8. Imprensa escrita e digital
 - 1.8.9. Os grupos de comunicação e os suplementos
 - 1.8.10. O declínio da imprensa livre e a imprensa digital emergente
- 1.9. Estrutura da comunicação na América Hispânica
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. Abordagem histórica
 - 1.9.3. Bipolaridade do sistema de comunicação social latino-americano
 - 1.9.4. Meios de comunicação hispânicos nos Estados Unidos
- 1.10. Uma visão prospetiva da estrutura da comunicação e do jornalismo
 - 1.10.1. A digitalização e a nova estrutura dos meios de comunicação
 - 1.10.2. A estrutura da comunicação nos países democráticos

Módulo 2. Comunicação institucional

- 2.1. A gestão de comunicação
- 2.2. Ética cultura e valores
- 2.3. Identidade e imagem corporativa
- 2.4. Publicidade e comunicação
- 2.5. Comunicação digital
- 2.6. Gestão de eventos
- 2.7. Patrocínio e mecenato
- 2.8. Lobbies
- 2.9. Comunicação interna
- 2.10. Crise
- 2.11. Comunicação financeira
- 2.12. Protocolo empresarial

Módulo 3. Criatividade na comunicação

- 3.1 Criar é pensar
 - 3.1.1. A arte de pensar
 - 3.1.2. Pensamento criativo e criatividade
 - 3.1.3. Pensamento e cérebro
 - 3.1.4. As linhas de investigação sobre a criatividade: sistematização
- 3.2 Natureza do processo criativo
 - 3.2.1. Natureza da criatividade
 - 3.2.2. A noção de criatividade: criação e criatividade
 - 3.2.3. A criação de ideias ao serviço de uma comunicação persuasiva
 - 3.2.4. Natureza do processo criativo em publicidade
- 3.3 A invenção
 - 3.3.1. Evolução e análise histórica do processo de criação
 - 3.3.2. Natureza do cânone clássico da invenção
 - 3.3.3. A visão clássica da inspiração na origem das ideias
 - 3.3.4. Invenção, inspiração, persuasão
- 3.4 Retórica e comunicação persuasiva
 - 3.4.1. Retórica e publicidade
 - 3.4.2. As partes retóricas da comunicação persuasiva
 - 3.4.3. Figuras retóricas
 - 3.4.4. Leis e funções retóricas da linguagem publicitária
- 3.5 Comportamento e personalidade criativa
 - 3.5.1. A criatividade como característica pessoal, como produto e como processo
 - 3.5.2. Comportamento criativo e motivação
 - 3.5.3. Perceção e pensamento criativo
 - 3.5.4. Elementos da criatividade
- 3.6 Aptidões e capacidades criativas
 - 3.6.1. Sistemas de pensamento e modelos de inteligência criativa
 - 3.6.2. Modelo tridimensional da estrutura do intelecto de Guilford
 - 3.6.3. Interação entre fatores e capacidades do intelecto
 - 3.6.4. Competências criativas
 - 3.6.5. Competências criativas

- 3.7. As fases do processo criativo
 - 3.7.1. A criatividade como processo
 - 3.7.2. As fases do processo criativo
 - 3.7.3. As fases do processo criativo na publicidade
- 3.8. A resolução de problemas
 - 3.8.1. A criatividade e a resolução de problemas
 - 3.8.2. Bloqueios perceptivos e bloqueios emocionais
 - 3.8.3. Metodologia da invenção: programas e métodos criativos
- 3.9. Os métodos do pensamento criativo
 - 3.9.1. O *brainstorming* como modelo para a criação de ideias
 - 3.9.2. Pensamento vertical e pensamento lateral
- 3.10. Criatividade e comunicação publicitária
 - 3.10.1. O processo criativo como produto específico da comunicação publicitária
 - 3.10.2. A natureza do processo criativo na publicidade: a criatividade e o processo de criação na publicidade
 - 3.10.3. Princípios metodológicos e efeitos da criação publicitária
 - 3.10.4. A criação publicitária: do problema à solução
 - 3.10.5. Criatividade e comunicação persuasiva

Módulo 4. Introdução à psicologia da comunicação

- 4.1. História da psicologia
 - 4.1.1. Começamos com o estudo da psicologia
 - 4.1.2. A ciência em evolução. Mudanças históricas e de paradigma
 - 4.1.3. Paradigmas e fases da psicologia
 - 4.1.4. A ciência cognitiva
- 4.2. Introdução à psicologia social
 - 4.2.1. Começamos com o estudo da psicologia social: a influência
 - 4.2.2. Empatia, altruísmo e comportamento de ajuda
- 4.3. Cognição social: o processamento de informação social
 - 4.3.1. Pensar e saber, necessidades vitais
 - 4.3.2. A cognição social
 - 4.3.3. Organizar a informação
 - 4.3.4. O pensamento: prototípico ou categórico
 - 4.3.5. Os erros de pensamento que cometemos: os enviesamentos inferenciais
 - 4.3.6. O processamento automático de informação

- 4.4. Psicologia da personalidade
 - 4.4.1. O que é o eu? Identidade e personalidade
 - 4.4.2. A auto-consciencialização
 - 4.4.3. A autoestima
 - 4.4.4. O autoconhecimento
 - 4.4.5. Variáveis interpessoais na formação da personalidade
 - 4.4.6. Variáveis macrossociais na formação da personalidade
- 4.5. As emoções
 - 4.5.1. De que falamos quando ficamos emocionados?
 - 4.5.2. A natureza das emoções
 - 4.5.3. Emoções e personalidade
 - 4.5.4. De outra perspetiva. As emoções sociais
- 4.6. Psicologia da comunicação. Persuasão e mudança de atitudes
 - 4.6.1. Introdução à psicologia da comunicação
 - 4.6.2. As atitudes
 - 4.6.3. Modelos históricos no estudo da comunicação persuasiva
 - 4.6.4. O modelo de probabilidade de elaboração (ELM)
 - 4.6.5. Os processos de comunicação através dos meios de comunicação social
- 4.7. O emissor
 - 4.7.1. A fonte da comunicação persuasiva
 - 4.7.2. Características da fonte. A credibilidade
 - 4.7.3. características da fonte O atrativo
 - 4.7.4. Características do emissor. O poder
 - 4.7.5. Processos de comunicação persuasiva. Mecanismos baseados na cognição primária
- 4.8. A mensagem
 - 4.8.1. Começamos por olhar para a composição da mensagem
 - 4.8.2. Tipos de mensagens: mensagens racionais vs. emocionais
 - 4.8.3. Mensagens emocionais e comunicação: mensagens indutoras de medo
 - 4.8.4. Mensagens racionais e comunicação
- 4.9. O recetor
 - 4.9.1. O papel do recetor de acordo com o modelo de probabilidade de elaboração
 - 4.9.2. Necessidades e motivações do recetor: o seu impacto na mudança de atitudes
- 4.10. Novas perspetivas no estudo da comunicação
 - 4.10.1. O processamento inconsciente de informação. Os processos automáticos
 - 4.10.2. A medição dos processos automáticos na comunicação
 - 4.10.3. Primeiros passos em novos paradigmas
 - 4.10.4. As teorias de sistemas de duplo processamento



Um curso abrangente estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientadas para uma aprendizagem compatível com a sua vida pessoal e 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.



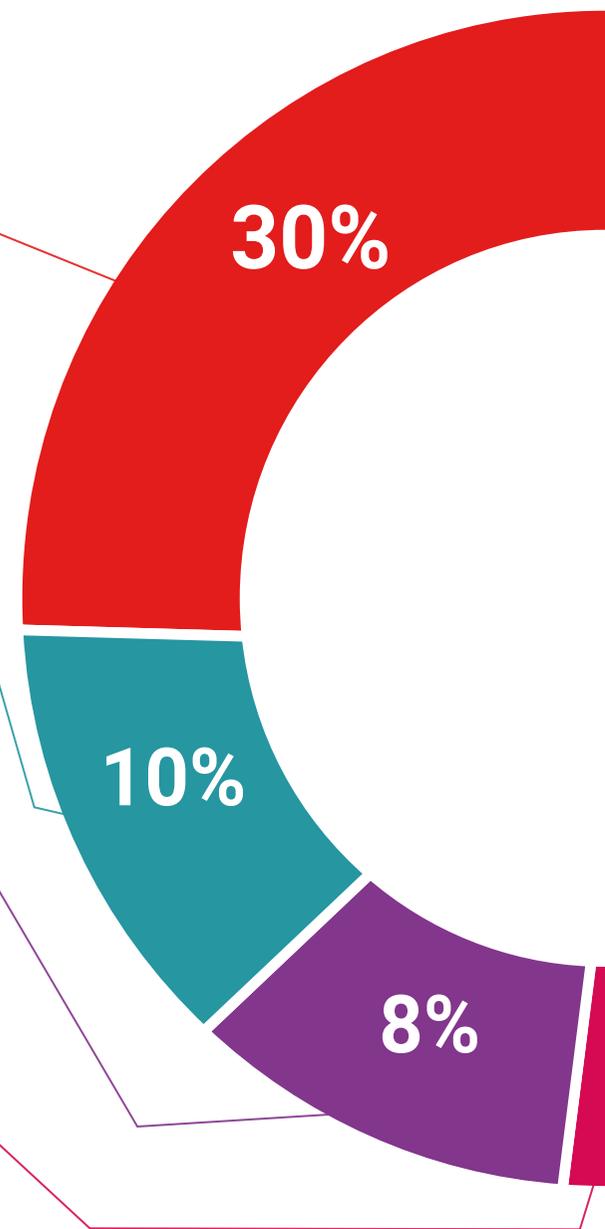
Práticas de aptidões e competências

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 garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um 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** 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 empregos, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Comunicação**

ECTS: **24**

Carga horária: **600 horas**



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

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compr
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qual
desenvolvimento site

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização Comunicação

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 24 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Comunicação

