

# Curso de Especialização

## Estratégia Empresarial em Comunicação



## Curso de Especialização Estratégia Empresarial em Comunicação

- » Modalidade: online
- » Duração: 24 semanas
- » 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-estrategia-empresarial-comunicacao](http://www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-estrategia-empresarial-comunicacao)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Direção do curso

---

*pág. 12*

04

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 16*

05

Metodologia

---

*pág. 22*

06

Certificação

---

*pág. 30*

# 01

# Apresentação

A comunicação é um elemento fundamental da estratégia empresarial que consiste num compêndio de ferramentas empresariais cuja função é ajudar a empresa a alinhar o seu objetivo global através de um plano de marketing elaborado. Foi neste contexto que nasceu este Curso de Especialização da TECH que oferece aos seus alunos o conteúdo mais completo neste domínio específico. Assim, ao longo de 12 meses de especialização 100% online, o aluno fará uma viagem completa pelo planeamento estratégico das tecnologias da informação, passando em revista a evolução histórica do comportamento organizacional. Além disso, terá acesso a uma grande quantidade de materiais adicionais de elevado valor didático.





“

Esta é a melhor opção que  
poderá encontrar para se  
especializar em Estratégia  
Empresarial em Comunicação”

Uma estratégia empresarial é uma metodologia que visa atingir um objetivo através de um plano de ação estratégico para cada área funcional da organização.

A equipa docente deste Curso de Especialização em Estratégia Empresarial em Comunicação fez uma seleção cuidadosa de cada uma das disciplinas desta capacitação de forma a oferecer ao aluno a oportunidade de estudo mais completa possível e sempre atual.

Este Curso de Especialização fornece ao aluno ferramentas e competências específicas para desenvolverem com êxito a sua atividade profissional no vasto ambiente da Estratégia Empresarial em Comunicação. Desta forma, trabalhará competências fundamentais como o conhecimento da realidade e da prática quotidiana dos meios de comunicação e desenvolverá a responsabilidade no acompanhamento e supervisão do seu trabalho, bem como as capacidades de comunicação no âmbito do trabalho de equipa essencial.

Este Curso de Especialização foi concebido para proporcionar uma capacitação online de 600 horas de estudo, sendo todos os conhecimentos teóricos e práticos apresentados através de conteúdos multimédia de alta qualidade, análise de casos clínicos elaborados por especialistas, masterclasses e técnicas em vídeo que permitem a troca de conhecimentos e experiências, manter e atualizar o nível de qualificação dos seus membros, criar protocolos de atuação e divulgar os desenvolvimentos mais importantes da especialidade.

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

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em gestão de empresas de comunicação
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos fornecem informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para a prática profissional
- ♦ Os exercícios práticos em que o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras em gestão de empresas de comunicação
- ♦ As lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



*Não perca a oportunidade de frequentar este Curso de Especialização em Estratégia Empresarial em Comunicação connosco. É a oportunidade perfeita para progredir na sua carreira"*

“

*Este Curso de Especialização é o melhor investimento que pode fazer para atualizar os seus conhecimentos em Estratégia Empresarial em Comunicação”*

O corpo docente do Curso de Especialização inclui profissionais do setor da Comunicação que contribuem com a experiência do seu trabalho, bem como especialistas reconhecidos de empresas de referência e universidades de prestígio.

Os seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirão ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma capacitação imersiva programada para praticar em situações reais.

A estrutura deste Curso de Especialização centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o profissional deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem durante o curso académico. Para tal, o profissional será auxiliado por um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas com vasta experiência reconhecidos em Gestão de Empresas de Comunicação.

*Esta especialização conta com o melhor material didático, o que lhe permitirá realizar um estudo contextual que facilitará a aprendizagem.*

*Este Curso de Especialização 100% online permitir-lhe-á conciliar os seus estudos com a sua profissão enquanto aumenta os seus conhecimentos neste campo.*



# 02

# Objetivos

O Curso de Especialização em Estratégia Empresarial em Comunicação tem como objetivo facilitar o desempenho dos profissionais neste campo para que possam adquirir conhecimentos sobre os principais desenvolvimentos no campo da comunicação.





“

*Esta é a melhor opção para conhecer os últimos desenvolvimentos em Estratégia Empresarial em Comunicação”*



### Objetivo geral

---

- Capacitar o profissional dos meios de comunicação para ser capaz de gerir uma grande empresa, adquirindo os conhecimentos necessários em cada área da mesma



*Uma capacitação de alto nível pedagógico que lhe permitirá aprender de forma gradual e integrar rapidamente o que aprendeu"*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Estratégia empresarial

- ♦ Definir as últimas tendências e desenvolvimentos na gestão empresarial
- ♦ Identificar as principais e mais recentes atualizações no setor empresarial
- ♦ Elaborar um guia para o acompanhamento da realização dos objetivos
- ♦ Manter uma compreensão clara das prioridades da empresa e, da mesma forma, procurar alternativas para atingir os objetivos

### Módulo 2. Gestão de Empresas de Comunicação

- ♦ Elaborar um plano de desenvolvimento e melhoria de competências pessoais e de gestão
- ♦ Desenvolver a capacidade de detetar, analisar e resolver problemas
- ♦ Definir a missão e a visão da empresa, bem como o seu público e o que pretende transmitir a partir do papel da comunicação

### Módulo 3. Comunicação estratégica e empresarial

- ♦ Conhecer todas as técnicas de gestão de uma empresa de comunicação
- ♦ Identificar ferramentas e técnicas de crescimento empresarial
- ♦ Conhecer os canais de comunicação dentro da empresa para que as ideias possam ser partilhadas imediatamente
- ♦ Realizar um plano estratégico que permita criar um impulso empresarial no mundo dos negócios a partir da comunicação

### Módulo 4. Ambientes de mercado e comunicação

- ♦ Saber como gerir a reputação da sua empresa
- ♦ Criar orientações para atingir um público-alvo mais vasto
- ♦ Identificar que tipo de marcas e empresas de nome próprio pretendem estabelecer parcerias com a empresa para aumentar o seu número de vendas

03

# Direção do curso

O pessoal docente do Curso de Especialização inclui especialistas de referência em todos os aspectos da gestão de marketing e comunicação política que contribuem com a experiência dos seus anos de trabalho. Para além disso, outros especialistas prestigiados em áreas relacionadas participam na sua conceção e elaboração, completando o mestrado de uma forma interdisciplinar, tornando-o numa experiência académica única para o aluno.



# ...Y: TO FALL BACK



household

A connection dis...  
entern object we...  
remove. So dear real on like...  
for two families addition exp...  
the. If sincerity he to curiosity...  
Learn taken terms be as.  
old. Scarcely mrs produced too removing new...  
Lain knew like half she yet joy. Be than dull as...  
seen very shot. Attachment is. Off fat address...  
estimating projecting is. Suitable settling mr...  
attacks his besides. Any over for...  
attended no doubtful feelings. Lose John...  
say bore such sold five but hung. Full how way...  
poor some it case do year we. Full how way...  
even the sigh.

Morec...  
an...

“

*Temos o melhor corpo docente para o ajudar a alcançar o sucesso profissional”*

## Diretor Internacional Convidado

Com uma sólida trajetória na área de Comunicações e Marketing, Bianca Freedman atuou como Chief Executive Officer (CEO) da divisão da Edelman no Canadá, onde liderou a estratégia, as operações e a cultura na região. De facto, desempenhou um papel crucial na evolução, promoção e proteção de marcas e reputações num ambiente midiático dinâmico. Além disso, foi uma das especialistas em Executive Positioning dentro da rede global da Edelman, uma área crítica em que os líderes empresariais são cada vez mais requisitados.

Adicionalmente, ocupou outras posições de destaque na Edelman, incluindo Chief Operating Officer (COO) e General Manager. Nesses cargos, liderou alguns dos projetos mais importantes e complexos da organização, tanto no setor privado quanto no público, trabalhando com algumas das empresas mais prestigiadas do país para transformar a sua presença perante funcionários, clientes e acionistas.

A carreira de Bianca Freedman também incluiu cargos na InfinityComm Inc., como Gerente de Contas e Relações Públicas, assim como no Credit Valley Hospital, onde atuou como Coordenadora de Marketing e Comunicações. Também exerceu funções de Gerente de Marketing, Relações Públicas e Redes Sociais no Walmart, onde desempenhou um papel fundamental na inovação das comunicações, tanto no Canadá quanto na área da baía de São Francisco, ao lado ao grupo global de comércio eletrónico da empresa.

De destacar que, como membro ativo da comunidade, fez parte do Conselho Consultivo de Humber PR e é voluntária na Associação Comunitária para Cavaleiros com Deficiência (CARD). Compromete-se a eliminar barreiras para a entrada no mercado de trabalho, bem como a apoiar talentos de grande potencial.



## Sra. Bianca, Freedman

---

- ♦ Chief Executive Officer (CEO) na Edelman Canadá, Toronto, Canadá
- ♦ Gerente de Marketing, Relações Públicas e Redes Sociais no Walmart
- ♦ Coordenadora de Marketing e Comunicações no Credit Valley Hospital
- ♦ Gerente de Contas e Relações Públicas na InfinityComm Inc.
- ♦ Bolsa IWF em Administração e Gestão de Empresas pelo INSEAD
- ♦ Programa de Liderança Transformacional, Administração e Gestão de Empresas pela Harvard Business School
- ♦ Pós-graduação em Relações Públicas pelo Humber College
- ♦ Licenciada em Ciências Políticas, Estudos de Comunicação, pela Universidade McMaster
- ♦ Membro Conselho de Assessoria da Humber PR, Associação Comunitária para Cavaleiros com Deficiência (CARD)

“

*Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”*

## Direção



### **Doutora Iñesta Fernández, Noelia**

- Jornalista e Social Media Manager
- Responsável de Comunicações (G. Greterika Imp-Exp)
- Responsável de Comunicações e Marketing (A. Corporate)
- Community Manager em PME's no canal Horeca
- Editora em meios de comunicação locais
- Doutoramento em Investigação em Meios de Comunicação
- Mestrado em Social Media Management
- Diploma em Jornalismo
- Técnico Superior em Produção Audiovisual



# 04

## Estrutura e conteúdo

A estrutura do Curso de Especialização foi concebida pelos melhores profissionais do setor da Gestão de Empresas de Comunicação com vasta experiência e prestígio reconhecido na profissão.



“

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

## Módulo 1. Estratégia empresarial

- 1.1. Gestão estratégica
  - 1.1.1. O conceito de estratégia
  - 1.1.2. O processo de gestão estratégica
  - 1.1.3. Abordagens à gestão estratégica
- 1.2. Planeamento e estratégia
  - 1.2.1. O plano numa estratégia
  - 1.2.2. Posicionamento estratégico
  - 1.2.3. A estratégia nas empresas
  - 1.2.4. Planeamento
- 1.3. Implementação da estratégia
  - 1.3.1. Sistemas de indicadores e abordagem por processos
  - 1.3.2. Mapa estratégico
  - 1.3.3. Diferenciação e alinhamento
- 1.4. Estratégia empresarial
  - 1.4.1. Conceito de estratégia empresarial
  - 1.4.2. Tipos de estratégias empresariais
  - 1.4.3. Ferramentas para a definição de estratégias empresariais
- 1.5. Estratégia digital
  - 1.5.1. Estratégia tecnológica e o seu impacto na inovação digital
  - 1.5.2. Planeamento estratégico das tecnologias de informação
  - 1.5.3. Estratégia e Internet
- 1.6. Estratégia empresarial e estratégia tecnológica
  - 1.6.1. Criação de valor para clientes e acionistas
  - 1.6.2. Decisões estratégicas de SI/TI
  - 1.6.3. Estratégia empresarial vs. estratégia tecnológica e digital



- 1.7. Estratégia competitiva
    - 1.7.1. Conceito de estratégia competitiva
    - 1.7.2. A vantagem competitiva
    - 1.7.3. Seleção de uma estratégia competitiva
    - 1.7.4. Estratégias de acordo com o modelo do relógio estratégico
    - 1.7.5. Tipos de estratégias em função do ciclo de vida do setor industrial
  - 1.8. Dimensões da estratégia de marketing
    - 1.8.1. Estratégias de marketing
    - 1.8.2. Tipos de estratégias de marketing
  - 1.9. Estratégia de vendas
    - 1.9.1. Métodos de venda
    - 1.9.2. Estratégias de captação
    - 1.9.3. Estratégias de serviços
  - 1.10. *Social Business*
    - 1.10.1. Visão estratégica da Web 2.0 e os seus desafios
    - 1.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
    - 1.10.3. Como rentabilizar a Web 2.0 e as redes sociais
    - 1.10.4. Mobilidade e negócios digitais
- Módulo 2. Gestão de Empresas de Comunicação**
- 2.1. O setor da comunicação
    - 2.1.1. Mediamorfose
    - 2.1.2. A transformação digital
    - 2.1.3. Cibermedia
  - 2.2. Estrutura jurídico-económica das empresas de comunicação
    - 2.2.1. Empresário em nome individual
    - 2.2.2. Empresas comerciais
    - 2.2.3. Conglomerados de meios de comunicação
  - 2.3. Estrutura, gestão e desafios da direção
    - 2.3.1. Estrutura departamental das direções de comunicação
    - 2.3.2. Tendências atuais nos modelos de gestão
    - 2.3.3. Integração de ativos intangíveis
    - 2.3.4. Desafios do departamento de comunicação
  - 2.4. Análise estratégica e fatores de competitividade
    - 2.4.1. Análise do ambiente competitivo
    - 2.4.2. Fatores determinantes da competitividade
  - 2.5. Ética empresarial
    - 2.5.1. Conduta empresarial ética
    - 2.5.2. Ética e códigos deontológicos
    - 2.5.3. Fraude e conflitos de interesse
  - 2.6. A importância do marketing nas empresas de comunicação
    - 2.6.1. Estratégias de marketing nos meios de comunicação tradicionais
    - 2.6.2. Impacto das redes sociais na agenda mediática
  - 2.7. Pensamento estratégico e sistema
    - 2.7.1. A empresa como um sistema
    - 2.7.2. Pensamento estratégico derivado da cultura empresarial
    - 2.7.3. A abordagem estratégica da gestão de pessoas
  - 2.8. *Branding*
    - 2.8.1. A marca e as suas funções
    - 2.8.2. A criação de uma marca (*Branding*)
    - 2.8.3. Arquitetura de uma marca
  - 2.9. Formulação da estratégia criativa
    - 2.9.1. Explorar alternativas estratégicas
    - 2.9.2. *Counterbriefing* ou *Briefing* criativo
    - 2.9.3. *Branding* e Posicionamento
  - 2.10. Conceção de um manual de crise/plano de comunicação de crise
    - 2.10.1. Prevenir a crise
    - 2.10.2. Gerir a comunicação em situação de crise
    - 2.10.3. Recuperação da crise

### Módulo 3. Comunicação estratégica e 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
- 3.2. Tendências na comunicação empresarial
  - 3.2.1. Criação e distribuição de conteúdos empresariais
  - 3.2.2. Comunicação empresarial na Web 2.0
  - 3.2.3. Implementação de métricas no processo 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: KPIs e ROI
- 3.4. Comunicação interna
  - 3.4.1. Programas de motivação, ação social, participação e formação de RH
  - 3.4.2. Ferramentas e meios de comunicação interna
  - 3.4.3. O plano de comunicação interna
- 3.5. Comunicação externa
  - 3.5.1. Ações de comunicação externa
  - 3.5.2. A necessidade de gabinetes de comunicação
- 3.6. Gestão da reputação
  - 3.6.1. A gestão da reputação corporativa
  - 3.6.2. A abordagem reputacional da marca
  - 3.6.3. A gestão reputacional da liderança
- 3.7. Comunicação e reputação digital
  - 3.7.1. Relatório de reputação online
  - 3.7.2. Netiqueta e boas práticas nas redes sociais
  - 3.7.3. *Branding e Networking 2.0*

- 3.8. Comunicação em situações de crise
  - 3.8.1. Definição e tipos de crises
  - 3.8.2. Fases da crise
  - 3.8.3. Mensagens: conteúdos e momentos
- 3.9. Lobbies e grupos de pressão
  - 3.9.1. Os grupos de opinião e o seu papel nas empresas e instituições
  - 3.9.2. Relações institucionais e *lobbying*
  - 3.9.3. Domínios de intervenção, instrumentos de regulamentação, estratégia e meios de difusão
- 3.10. Estratégia de marca corporativa
  - 3.10.1. Imagem pública e partes interessadas
  - 3.10.2. Estratégia e gestão de *Branding* corporativo
  - 3.10.3. Estratégia de comunicação corporativa alinhada com a identidade da marca

### Módulo 4. Ambientes de mercado e comunicação

- 4.1. Macroambiente da empresa
  - 4.1.1. Conceito de macroambiente
  - 4.1.2. Variáveis macroambientais
- 4.2. Microambiente da empresa
  - 4.2.1. Abordagem do conceito de microambiente
  - 4.2.2. Atores do microambiente
- 4.3. Novo ambiente competitivo
  - 4.3.1. Inovação tecnológica e impacto económico
  - 4.3.2. Sociedade do conhecimento
  - 4.3.3. O novo perfil do consumidor
- 4.4. Conhecendo o mercado e o consumidor
  - 4.4.1. Inovação aberta (*Open Innovation*)
  - 4.4.2. Inteligência sobre a concorrência
  - 4.4.3. Economia competitiva



- 4.5. O mercado e os públicos
  - 4.5.1. Breve história da audimetria em Espanha
  - 4.5.2. Perfil dos utilizadores dos meios de comunicação
  - 4.5.3. Fragmentação da audiência
- 4.6. Desenvolvimento do plano de marketing
  - 4.6.1. Conceito do plano de marketing
  - 4.6.2. Análise e diagnóstico da situação
  - 4.6.3. Decisões estratégicas de marketing
  - 4.6.4. Decisões operacionais de marketing
- 4.7. Segmentação de mercados
  - 4.7.1. Conceito de segmentação de mercados
  - 4.7.2. Utilidade e requisitos da segmentação
  - 4.7.3. Segmentação de mercados de consumo
  - 4.7.4. Segmentação de mercados industriais
  - 4.7.5. Estratégias de segmentação
  - 4.7.6. A segmentação baseada em critérios de marketing-mix
- 4.8. Posicionamento competitivo
  - 4.8.1. Conceito de posicionamento no mercado
  - 4.8.2. O processo de posicionamento
- 4.9. Segmentação comercial
  - 4.9.1. Análise dos canais de distribuição, zonas de venda e produtos
  - 4.9.2. Preparação das zonas comerciais
  - 4.9.3. Execução do plano de visitas
- 4.10. Responsabilidade social das empresas
  - 4.10.1. O compromisso social
  - 4.10.2. Organizações sustentáveis
  - 4.10.3. A ética nas organizações

05

# 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.



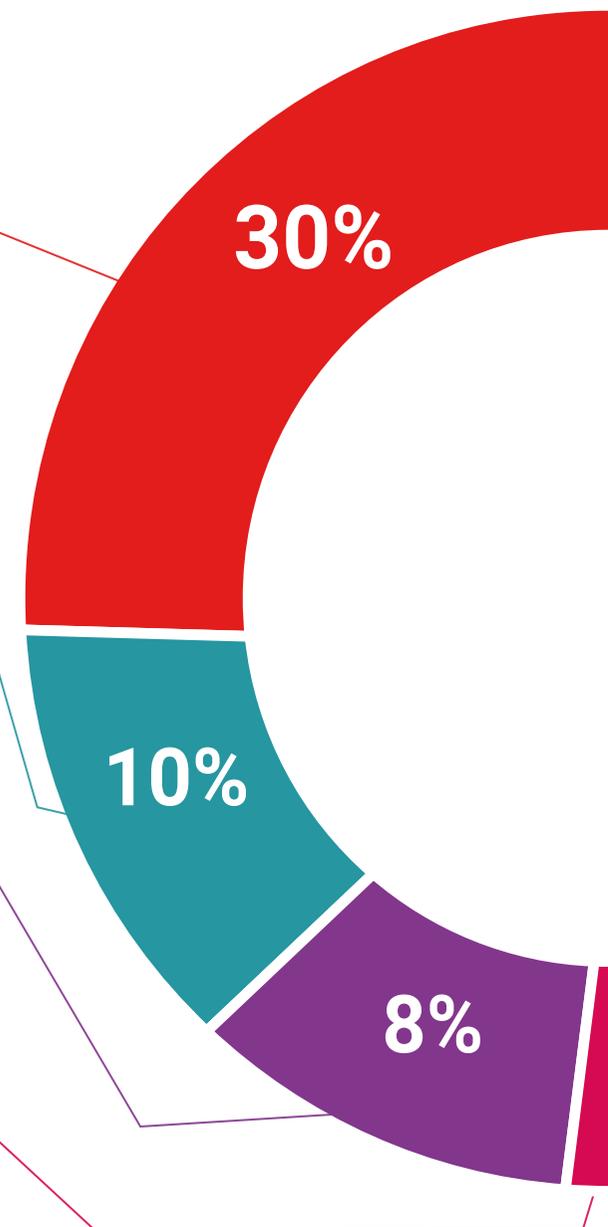
#### Práticas de aptidões e competências

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.



06

# Certificação

O Curso de Especialização em Estratégia Empresarial em Comunicação 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 Estratégia Empresarial 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 recepção, 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 Estratégia Empresarial em Comunicação**

Modalidade: **online**

Duração: **24 semanas**

ECTS: **24**



\*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 Estratégia Empresarial em Comunicação

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

# Curso de Especialização

## Estratégia Empresarial em Comunicação

