

Curso de Especialização
Marketing Digital
para as Redes Sociais



DIGITAL
MARKETING

SEO

OPTIMIZATION.

Feed



Curso de Especialização

Marketing Digital para as Redes Sociais

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-marketing-digital-redes-sociais

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

Os departamentos de marketing são das principais estruturas das empresas, devido ao grande poder que têm no consumo, podendo direcionar as suas campanhas para os perfis de consumidores mais representativos para as marcas, sendo também capazes de analisar o mercado e conceber estratégias competitivas que permitam um aumento da abrangência da publicidade. A capacitação dos jornalistas neste domínio é cada vez maior, pelo que a TECH concebeu esta especialização específica para este perfil profissional, atendendo às suas necessidades e às das empresas.



“

Esta especialização irá ajudá-lo a saber aplicar as principais ferramentas de Marketing Digital para as Redes Sociais no seu trabalho, de modo a maximizar os benefícios obtidos”

As estratégias de marketing estão intimamente relacionadas com a comunicação, porque a transmissão de uma determinada mensagem é a chave para ambas. Neste sentido, deve ter-se em conta que a comunicação publicitária mudou ao longo dos últimos vinte anos com a criação do chamado ecossistema digital, que altera os diferentes modos de comunicação graças às possibilidades abertas pela tecnologia. O ambiente digital gera diferentes chaves de comportamento social, exige novas linguagens e modifica as relações entre emissores e recetores de mensagens. Além disso, implica novos padrões de contextualização e interpretação dos conteúdos.

Por todos estes motivos, é importante compreender o papel da comunicação nos processos de marketing e, sobretudo, é especialmente relevante melhorar a qualificação dos jornalistas neste domínio, uma vez que a correta utilização da linguagem lhes confere um perfil adequado para se destacarem neste setor. Com isto em mente, a TECH concebeu um Curso de Especialização em Marketing Digital para as Redes Sociais que irá marcar um antes e um depois na qualificação destes profissionais, proporcionando-lhes os recursos mais inovadores e conhecimentos avançados sobre esta matéria. Ao longo dos meses de duração desta especialização, os alunos irão aprender a analisar, interpretar e estruturar a informação digital, a fim de criar campanhas de marketing adequadas para atingir os objetivos das empresas.

Uma especialização que irá ensinar os alunos, através da experiência, a ganhar competências na gestão de ferramentas de Marketing Digital para as Redes Sociais de forma bem sucedida. A aprendizagem é conseguida através da combinação do ensino prático e teórico, proporcionando uma opção única para dar maior visibilidade aos currículos.

Este **Curso de Especialização em Marketing Digital para as Redes Sociais** conta com o conteúdo educativo 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 auto-avaliação 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



Junte-se a equipas de trabalho de elite no domínio do marketing digital e utilize todos os seus conhecimentos para ter sucesso no setor”

“

Um Curso de Especialização que lhe permitirá trabalhar em todos os domínios do marketing digital com a competência de um profissional de alto nível”

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.

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

Aprenda tudo o que este Curso de Especialização tem para lhe oferecer de uma forma dinâmica, graças à inovadora metodologia de ensino da TECH.



02 Objetivos

Esta especialização em Marketing Digital para as Redes Sociais foi desenvolvida com o objetivo principal de oferecer aos profissionais do jornalismo e da comunicação as ferramentas essenciais para trabalhar com sucesso num setor cada vez mais competitivo e fundamental em todas as empresas. Por conseguinte, a especialização e a atualização dos conteúdos para acompanhar os principais desenvolvimentos do setor são essenciais para aqueles que pretendem aceder a cargos de grande responsabilidade, pelo que estes desenvolvimentos são apresentados aos alunos através deste Curso de Especialização.





“

Se quer tornar-se um especialista em Marketing Digital para as Redes Sociais, não perca a oportunidade de frequentar este Curso de Especialização. Irá encontrar as informações mais atualizadas sobre a matéria”



Objetivo geral

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

“

Uma especialização que será fundamental para o seu crescimento pessoal e profissional”





Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos da comunicação no ambiente digital

- ♦ Capacitar e preparar o aluno para utilizar tecnologias e técnicas de informação e comunicação nos diferentes meios de comunicação ou sistemas midiáticos combinados e interativos
- ♦ Capacitar o aluno para tirar partido dos sistemas e recursos informáticos no domínio da publicidade e das relações públicas, bem como das suas aplicações interativas
- ♦ Capacitar o aluno para ter a capacidade de analisar, processar, interpretar, elaborar e estruturar a comunicação digital

Módulo 2. Investigação em meios digitais

- ♦ Compreender a importância da Internet na pesquisa e gestão da informação no domínio da publicidade e das relações públicas, na sua aplicação a casos específicos
- ♦ Ser capaz de analisar e otimizar a utilização de novos canais e estratégias de comunicação dos meios digitais pelo profissional de publicidade e relações públicas
- ♦ Saber aplicar as técnicas de investigação da comunicação publicitária
- ♦ Organizar o trabalho de investigação e comunicação nos meios digitais
- ♦ Dominar as estratégias e ferramentas de investigação na Internet, conhecendo os diferentes formatos, suportes e locais de armazenamento de dados ao serviço da publicidade e das relações públicas
- ♦ Conhecer e compreender a importância da Internet no trabalho de investigação no campo da publicidade e das relações públicas

Módulo 3. Redes sociais e *community management*

- ♦ Capacitar o aluno para compreender a importância da Internet na pesquisa e gestão da informação no campo da publicidade e das relações públicas, na sua aplicação a casos específicos
- ♦ Ter a capacidade de analisar, processar, interpretar, elaborar e estruturar a comunicação digital
- ♦ Capacitar o aluno para analisar e otimizar a utilização de novos canais e estratégias de comunicação dos meios digitais pelo profissional de publicidade e relações públicas
- ♦ Compreender a importância das redes sociais e do e-mobile como uma revolução comercial e apoiar e utilizar estes instrumentos para alcançar os objetivos de publicidade e relações públicas

03

Estrutura e conteúdo

O corpo docente deste Curso de Especialização em Marketing Digital para as Redes Sociais conceberam esta especialização para incluir os mais recentes conceitos e estratégias que os profissionais do jornalismo e da comunicação poderão aplicar no seu trabalho diário no setor da publicidade. Um conteúdo completamente novo que lhes proporcionará os conhecimentos necessários sobre as diferentes aplicações tecnológicas que serão fundamentais para o seu desenvolvimento profissional, para que possam competir com o seu trabalho numa área de grande procura.



“

Um plano de estudos muito completo, estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientado para uma aprendizagem compatível com a sua vida pessoal e profissional”

Módulo 1. Fundamentos da comunicação no ambiente digital

- 1.1. Web 2.0 ou web social
 - 1.1.1. A organização na era da conversação
 - 1.1.2. A web 2.0 são as pessoas
 - 1.1.3. Ambiente digital e novos formatos de comunicação
- 1.2. Comunicação e reputação digital
 - 1.2.1. Relatório de reputação online
 - 1.2.2. *Netiquette* e boas práticas nas redes sociais
 - 1.2.3. Marca e redes 2.0
- 1.3. Conceção e planeamento de um plano de reputação online
 - 1.3.1. Visão geral das principais *Social Media*
 - 1.3.2. Plano de reputação da marca
 - 1.3.3. Métricas gerais, ROI e CRM social
 - 1.3.4. Crise online e SEO reputacional
- 1.4. Plataformas generalistas, profissionais e de microblogging
 - 1.4.1. Facebook
 - 1.4.2. LinkedIn
 - 1.4.3. Twitter
- 1.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade
 - 1.5.1. Youtube
 - 1.5.2. Instagram
 - 1.5.3. Flickr
 - 1.5.4. Vimeo
 - 1.5.5. Pinterest
- 1.6. Estratégia de conteúdos e *Storytelling*
 - 1.6.1. Blogging empresarial
 - 1.6.2. Estratégia de marketing de conteúdos
 - 1.6.3. Criação de um plano de conteúdos
 - 1.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdos
- 1.7. Estratégias em *Social Media*
 - 1.7.1. As relações públicas empresariais e social media
 - 1.7.2. Definição da estratégia a seguir em cada meio
 - 1.7.3. Análise e avaliação de resultados



- 1.8. Administração comunitária
 - 1.8.1. Papéis, tarefas e responsabilidades da administração comunitária
 - 1.8.2. Gestor de redes sociais
 - 1.8.3. Estratega de redes sociais
- 1.9. Planos de redes sociais
 - 1.9.1. Elaboração de um plano de *Social Media*
 - 1.9.2. Calendário, orçamento, expectativas e acompanhamento
 - 1.9.3. Protocolo de contingência em caso de crise
- 1.10. Ferramentas de monitorização online
 - 1.10.1. Ferramentas de gestão e aplicações informáticas
 - 1.10.2. Ferramentas de monitorização e inquérito

Módulo 2. Investigação em meios digitais

- 2.1. O método científico e as suas técnicas
 - 2.1.1. Introdução
 - 2.1.2. O método científico e as suas técnicas
 - 2.1.3. Método científico e técnicas metodológicas
 - 2.1.4. Conceção e fases da investigação
 - 2.1.5. Regras básicas para a seleção, verificação, citação e referenciação bibliográfica
 - 2.1.6. Abordagens e perspetivas de investigação
 - 2.1.7. Normas éticas e deontológicas
- 2.2. Metodologia I
 - 2.2.1. Introdução
 - 2.2.2. Os aspetos mensuráveis: o método quantitativo
 - 2.2.3. As técnicas quantitativas
 - 2.2.4. Tipos de inquéritos
 - 2.2.5. A preparação do questionário e a apresentação dos resultados
- 2.3. Metodologia II
 - 2.3.1. Introdução
 - 2.3.2. Os aspetos mensuráveis: o método qualitativo
 - 2.3.3. As técnicas qualitativas
 - 2.3.4. As entrevistas individuais e a sua tipologia
 - 2.3.5. A entrevista em grupo e as suas variáveis: grupos de discussão ou *focus groups*

- 2.3.6. Outras técnicas de conversação: Philips 66, *Brainstorming*, Delphi, núcleos de intervenção participativa, árvore de problemas e soluções
- 2.3.7. A investigação-ação participativa
- 2.4. Metodologia III
 - 2.4.1. Introdução
 - 2.4.2. Revelar comportamentos e interações comunicativos: observação e suas variantes
 - 2.4.3. A observação como método científico
 - 2.4.4. O procedimento: o planeamento de uma observação sistemática
 - 2.4.5. Diferentes modos de observação
 - 2.4.6. A observação online: etnografia virtual
- 2.5. Metodologia IV
 - 2.5.1. Introdução
 - 2.5.2. Revelar o conteúdo das mensagens: análise do conteúdo e do discurso
 - 2.5.3. Introdução à análise quantitativa do conteúdo
 - 2.5.4. A seleção da amostra e o desenho das categorias
 - 2.5.5. O processamento de dados
 - 2.5.6. A análise crítica do discurso
 - 2.5.7. Outras técnicas de análise de textos mediáticos
- 2.6. Técnicas de recolha de dados digitais
 - 2.6.1. Introdução
 - 2.6.2. Conhecer as reações: experimentar na comunicação
 - 2.6.3. Introdução às experiências
 - 2.6.4. O que é uma experiência de comunicação
 - 2.6.5. A experimentação e as suas tipologias
 - 2.6.6. A conceção prática da experiência
- 2.7. Técnicas de organização de dados digitais
 - 2.7.1. Introdução
 - 2.7.2. A informação digital
 - 2.7.3. Problemáticas e propostas metodológicas
 - 2.7.4. A imprensa online: características e abordagem à sua análise

- 2.8. Serviços instrumentais participativos
 - 2.8.1. Introdução
 - 2.8.2. A Internet como objeto de estudo: critérios para avaliar a qualidade e fiabilidade do seus conteúdos
 - 2.8.3. A Internet como objeto de estudo
 - 2.8.4. Critérios para avaliar a qualidade e fiabilidade dos conteúdos na Internet
 - 2.9. A qualidade da Internet como fonte: estratégias de validação e confirmação
 - 2.9.1. Introdução
 - 2.9.2. Investigação sobre Internet e plataformas digitais
 - 2.9.3. Pesquisa e navegação no ambiente online
 - 2.9.4. Abordagem à pesquisa de formatos digitais: blogs
 - 2.9.5. Abordagem aos métodos de investigação em redes sociais
 - 2.9.6. Investigação sobre hiperligações
 - 2.10. Disseminação da atividade de investigação
 - 2.10.1. Introdução
 - 2.10.2. Tendências de investigação na comunicação
 - 2.10.3. Introdução ao panorama contemporâneo da investigação em comunicação
 - 2.10.4. A readaptação dos objetos clássicos da investigação em comunicação
 - 2.10.5. O aparecimento dos objetos clássicos da investigação
 - 2.10.6. Em direção à interdisciplinaridade e à hibridização metodológica
- Módulo 3. Comunicações de marketing integradas**
- 3.1. Introdução e tipologia das redes sociais
 - 3.1.1. Os meios sociais em comparação com os meios tradicionais
 - 3.1.2. O que é uma rede social?
 - 3.1.3. Evolução das redes sociais na Internet
 - 3.1.4. As redes sociais na atualidade
 - 3.1.5. Características das redes sociais na Internet
 - 3.1.6. Tipologia das redes sociais
 - 3.2. Funções do *Community Manager*
 - 3.2.1. A figura do *Community Manager* e o seu papel na empresa
 - 3.2.2. Guia do *Community Manager*
 - 3.2.3. O perfil do *Community Manager*
 - 3.3. As redes sociais dentro da estrutura da empresa
 - 3.3.1. A importância das redes sociais na empresa
 - 3.3.2. Os diferentes perfis que trabalham as redes sociais
 - 3.3.3. Como escolher a melhor estrutura para a gestão das redes sociais?
 - 3.3.4. O serviço ao cliente nas redes sociais
 - 3.3.5. Relação da equipa de *Social Media* com outros departamentos da empresa
 - 3.4. Introdução ao marketing digital
 - 3.4.1. Internet: o marketing torna-se infinito
 - 3.4.2. Objetivos do marketing na Internet
 - 3.4.3. Conceitos-chave na Internet
 - 3.4.4. Marketing operativo na rede
 - 3.4.5. Posicionamento em motores de busca
 - 3.4.6. As redes sociais
 - 3.4.7. *Community Manager*
 - 3.4.8. O *e-commerce*
 - 3.5. Plano estratégico para redes sociais e plano de *Social Media*
 - 3.5.1. A importância de ter um plano de redes sociais alinhado com o plano estratégico da empresa
 - 3.5.2. A análise preliminar
 - 3.5.3. Objetivos
 - 3.5.4. Estratégia
 - 3.5.5. Ações
 - 3.5.6. Orçamento
 - 3.5.7. Calendário
 - 3.5.8. Plano de contingência
 - 3.6. A reputação online
 - 3.7. Principais redes sociais I
 - 3.8. Facebook: aumentar a presença da nossa marca
 - 3.8.1. Introdução O que é o Facebook e como nos pode ajudar?
 - 3.8.2. Principais elementos no campo profissional
 - 3.8.3. Promoção de conteúdos
 - 3.8.4. Analítica



- 3.9. Twitter: 140 caracteres para atingir os objetivos
 - 3.9.1. Introdução O que é o Twitter e como nos pode ajudar?
 - 3.9.2. Principais elementos
 - 3.9.3. Promoção de conteúdos
 - 3.9.4. Analítica
- 3.10. LinkedIn. A rede social profissional por excelência
 - 3.10.1. Introdução O que é o LinkedIn e como nos pode ajudar?
 - 3.10.2. Principais elementos
 - 3.10.3. Promoção de conteúdos
- 3.11. Principais redes sociais II
 - 3.11.1. YouTube: o segundo maior motor de busca na Internet
 - 3.11.2. Principais elementos
 - 3.11.3. A publicidade
 - 3.11.4. YouTube Analytics
 - 3.11.5. Casos de sucesso
 - 3.11.6. Instagram e Pinterest. O poder da imagem
 - 3.11.7. Instagram
 - 3.11.8. Casos de sucesso
 - 3.11.9. Pinterest
- 3.12. Blogs e marca pessoal
 - 3.12.1. Definição
 - 3.12.2. Tipologias
- 3.13. Ferramentas para o *Community Manager*
 - 3.13.1. Monitorização e programação. *Hootsuite*
 - 3.13.2. Ferramentas específicas para cada rede social
 - 3.13.3. Ferramentas para a escuta ativa
 - 3.13.4. Ferramentas de encurtamento de URL
 - 3.13.5. Ferramentas para geração de conteúdo

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.



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

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 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.



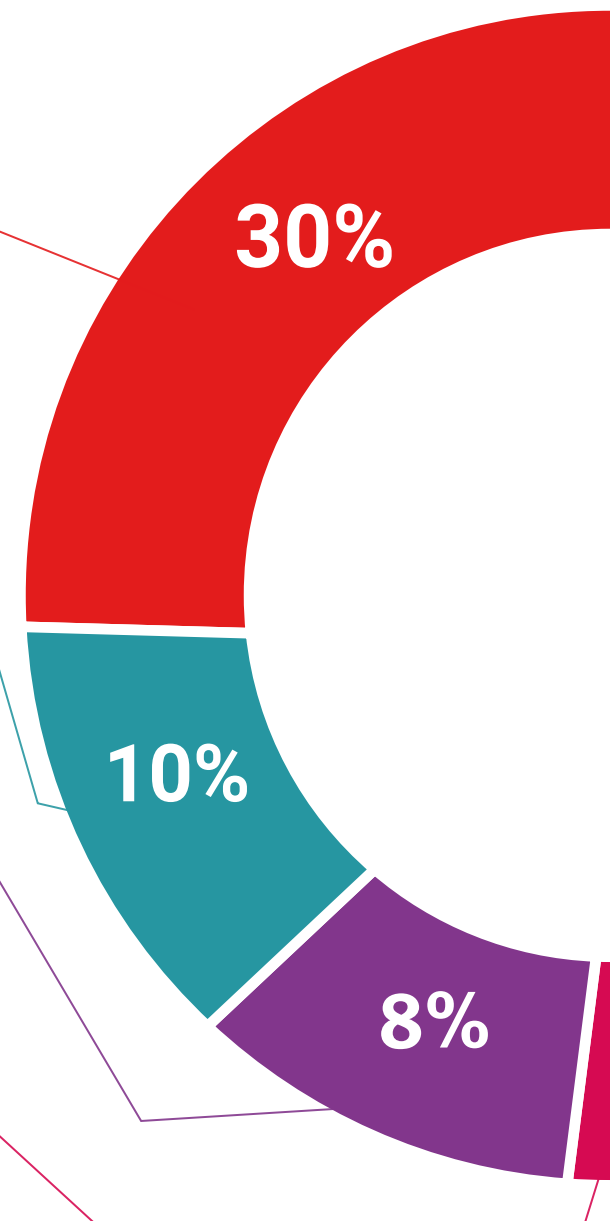
Práticas de aptidões e competências

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 Marketing Digital para as Redes Sociais garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Curso 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 Marketing Digital para as Redes Sociais** 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 Marketing Digital para as Redes Sociais**

ECTS: **18**

Carga horária: **450 horas**



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

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

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização

Marketing Digital para as Redes Sociais

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online

Curso de Especialização

Marketing Digital para as Redes Sociais



ADVERTISING

Secoud quarter
Apr-Jun

+0.12%

Third quarter
Jul-Sep

+41.9

tech universidade
tecnológica

+10.2 +12.0