

Curso de Especialização

Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos



Curso de Especialização Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos

- » 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-meios-comunicacao-gestao-produtos-informativos

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

As atuais empresas de comunicação procuram profissionais altamente qualificados com conhecimentos na área da gestão de produtos e do meio para se juntarem às suas fileiras. Nesta medida, é importante que os jornalistas tenham conhecimentos de gestão empresarial, bem como das funções de uma empresa de comunicação. Deste modo, este Curso de Especialização torna-se numa oportunidade para os profissionais que desejem envolver-se nesta nova combinação de gestão e meios de comunicação. Trata-se de uma oportunidade única para os alunos de um setor com grande procura e saídas profissionais.



“

Este Curso de Especialização é a melhor opção que pode encontrar para se especializar em Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos”

Este Curso de Especialização fornece ao aluno ferramentas e competências específicas para desenvolver com êxito a sua atividade profissional no vasto ambiente de Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos. 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 atualização, sendo todos os conhecimentos teóricos e práticos apresentados através de conteúdos multimédia de elevada 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 académico dos seus membros, criar protocolos de atuação e divulgar os desenvolvimentos mais importantes da especialidade.

Com este Curso de Especialização online, os alunos podem organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o aos seus horários, além de poderem aceder aos conteúdos a partir de qualquer computador ou dispositivo móvel.

Este **Curso de Especialização em Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos** 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 Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos conosco. É a oportunidade perfeita para progredir na sua carreira"

“

Este Curso de Especialização é o melhor investimento que pode fazer de forma a atualizar os seus conhecimentos em Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos”

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 capacitação 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 Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos 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 matéria de Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos”



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

“

Objetivos realistas concebidos e planeados para que, no final da capacitação, tenha adquirido os conhecimentos necessários para começar a trabalhar neste campo”





Objetivos específicos

Módulo 1. Meios de Comunicação

- ♦ Identificar os públicos dos meios de comunicação
- ♦ Saber que meios de comunicação podem ajudar a empresa a crescer
- ♦ Escolher meios que promovam a missão e a visão da empresa
- ♦ Criar diretrizes publicitárias nos meios de comunicação para o crescimento da empresa

Módulo 2. Gestão do produto informativo

- ♦ Gerar conteúdo informativo que possa envolver um grande público
- ♦ Produzir produtos de qualidade que mostrem aspetos importantes de interesse para a sociedade atual
- ♦ Dispor de uma base de dados de contactos importantes em organizações governamentais, organismos internacionais e personalidades relevantes

Módulo 3. 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

Módulo 4. Gestão de mercados e clientes

- ♦ Identificar o ambiente e o público-alvo da empresa
- ♦ Conhecer o público-alvo do meio e saber que tipo de diretrizes serão geradas
- ♦ Elaborar um guia para facilitar a mediação entre as empresas privadas e o ambiente



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. Surrounded affronting favourab...
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.

More...
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



03

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 Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado”

Módulo 1. Meios de Comunicação

- 1.1. Introdução aos meios de comunicação
 - 1.1.1. O que são os meios de comunicação?
 - 1.1.2. Características dos meios de comunicação
 - 1.1.3. Utilidade dos meios de comunicação
- 1.2. Imprensa
 - 1.2.1. Introdução e breve história do meio
 - 1.2.2. Principais características
 - 1.2.3. Do papel ao digital
- 1.3. Rádio
 - 1.3.1. Introdução e breve história do meio
 - 1.3.2. Principais características
- 1.4. Televisão
 - 1.4.1. Introdução e breve história do meio
 - 1.4.2. Televisão tradicional
 - 1.4.3. Novas formas de consumo televisivo
- 1.5. As redes sociais como meio de comunicação
 - 1.5.1. A rede como um novo ambiente de comunicação
 - 1.5.2. Possibilidades comunicativas das redes sociais
- 1.6. Novas plataformas e dispositivos
 - 1.6.1. Um ambiente multi-eclã
 - 1.6.2. Segundos ecrãs de televisão
 - 1.6.3. O consumidor *multitasker*
- 1.7. Glocalização
 - 1.7.1. Meios de comunicação local
 - 1.7.2. Jornalismo de proximidade
- 1.8. Efeitos dos meios de comunicação
 - 1.8.1. Eficácia da comunicação comercial e publicitária
 - 1.8.2. Teorias sobre os efeitos dos meios de comunicação
 - 1.8.3. Modelos sociais e de cocriação

- 1.9. Convergência mediática
 - 1.9.1. Um novo ecossistema mediático
 - 1.9.2. Cultura de convergência
- 1.10. Conteúdos gerados pelos utilizadores
 - 1.10.1. Do consumidor ao prosumer
 - 1.10.2. Cultura participativa
 - 1.10.3. Inteligência coletiva

Módulo 2. Gestão do produto informativo

- 2.1. Definição do produto informativo
 - 2.1.1. Conceito
 - 2.1.2. Características
 - 2.1.3. Tipos
- 2.2. Processo de desenvolvimento de produtos informativos
 - 2.2.1. Fases da produção informativa
 - 2.2.2. Definição da agenda
- 2.3. Estratégias de lançamento de novos produtos informativos
 - 2.3.1. Estratégias tangíveis
 - 2.3.2. Estratégias intangíveis
 - 2.3.3. Estratégia da carteira de produtos
- 2.4. Estudo da estratégia da concorrência
 - 2.4.1. *Benchmarking*
 - 2.4.2. Tipos de *Benchmarking*
 - 2.4.3. Vantagens
- 2.5. Processo de inovação da carteira de produtos informativos
 - 2.5.1. Narrativas transmedia
 - 2.5.2. O fenómeno fan
- 2.6. Inovação no posicionamento estratégico
 - 2.6.1. Gamificação
 - 2.6.2. Novos mundos narrativos

- 2.7. Documentação jornalística
 - 2.7.1. Guias essenciais para a documentação jornalística cultural
 - 2.7.2. Documentação histórica
 - 2.7.3. Documentação atual
 - 2.7.4. A candente atualidade
- 2.8. Conceção e planeamento de um plano de reputação online
 - 2.8.1. Panorama das principais redes sociais em Espanha
 - 2.8.2. Plano de reputação da marca. Métricas gerais, ROI e CRM social
 - 2.8.3. Crise online e SEO reputacional
- 2.9. A importância da comunicação nas organizações atuais
 - 2.9.1. Mecanismos e sistemas de comunicação com os meios de comunicação
 - 2.9.2. Erros na comunicação organizacional
- 2.10. *Inbound Marketing*
 - 2.10.1. *Inbound Marketing* eficaz
 - 2.10.2. Benefícios do *Inbound Marketing*
 - 2.10.3. Medir o sucesso do *Inbound Marketing*

Módulo 3. Ambientes de mercado e comunicação

- 3.1. Macroambiente da empresa
 - 3.1.1. Conceito de macroambiente
 - 3.1.2. Variáveis macroambientais
- 3.2. Microambiente da empresa
 - 3.2.1. Abordagem do conceito de microambiente
 - 3.2.2. Atores do microambiente
- 3.3. Novo ambiente competitivo
 - 3.3.1. Inovação tecnológica e impacto económico
 - 3.3.2. Sociedade do conhecimento
 - 3.3.3. O novo perfil do consumidor
- 3.4. Conhecendo o mercado e o consumidor
 - 3.4.1. Inovação aberta (*Open Innovation*)
 - 3.4.2. Inteligência sobre a concorrência
 - 3.4.3. Economia competitiva

- 3.5. O mercado e os públicos
 - 3.5.1. Breve história da audimetria em Espanha
 - 3.5.2. Perfil dos utilizadores dos meios de comunicação
 - 3.5.3. Fragmentação da audiência
- 3.6. Desenvolvimento do plano de marketing
 - 3.6.1. Conceito do plano de marketing
 - 3.6.2. Análise e diagnóstico da situação
 - 3.6.3. Decisões estratégicas de marketing
 - 3.6.4. Decisões operacionais de marketing
- 3.7. Segmentação de mercados
 - 3.7.1. Conceito de segmentação de mercados
 - 3.7.2. Utilidade e requisitos da segmentação
 - 3.7.3. Segmentação de mercados de consumo
 - 3.7.4. Segmentação de mercados industriais
 - 3.7.5. Estratégias de segmentação
 - 3.7.6. A segmentação baseada em critérios de marketing-mix
- 3.8. Posicionamento competitivo
 - 3.8.1. Conceito de posicionamento no mercado
 - 3.8.2. O processo de posicionamento
- 3.9. Segmentação comercial
 - 3.9.1. Análise dos canais de distribuição, zonas de venda e produtos
 - 3.9.2. Preparação das zonas comerciais
 - 3.9.3. Execução do plano de visitas
- 3.10. Responsabilidade social das empresas
 - 3.10.1. O compromisso social
 - 3.10.2. Organizações sustentáveis
 - 3.10.3. A ética nas organizações

Módulo 4. Gestão de mercados e clientes

- 4.1. Gestão de Marketing
 - 4.1.1. Conceito de gestão de marketing
 - 4.1.2. Novas realidades de marketing
 - 4.1.3. Um novo mercado: as capacidades dos consumidores e das empresas
 - 4.1.4. Orientação ao MK holístico
 - 4.1.5. Atualização sobre os 4 P's do marketing
 - 4.1.6. Tarefas da gestão de marketing
- 4.2. Marketing relacional
 - 4.2.1. Conceito de marketing relacional
 - 4.2.2. O cliente como um ativo da empresa
 - 4.2.3. CRM como ferramenta de marketing relacional
- 4.3. Marketing de bases de dados
 - 4.3.1. Aplicações do marketing de bases de dados
 - 4.3.2. Legislação e regulamentação
 - 4.3.3. Fontes de informação
- 4.4. Tipos de comportamento de compra
 - 4.4.1. O processo de decisão de compra
 - 4.4.2. As etapas do processo de compra
 - 4.4.3. Tipos de comportamento de compra
 - 4.4.4. Características dos tipos de comportamento de compra
- 4.5. O processo de fidelização
 - 4.5.1. Conhecimento profundo do cliente
 - 4.5.2. Processo de fidelização
 - 4.5.3. O valor do cliente
- 4.6. Seleção de clientes-alvo - CRM
 - 4.6.1. Conceção de um e-CRM
 - 4.6.2. Implicações e limitações do RGPD
 - 4.6.3. Orientação para o consumidor
 - 4.6.4. Planeamento 1 para 1



- 4.7. Gestão de projetos de investigação
 - 4.7.1. Ferramentas de análise de informação
 - 4.7.2. Desenvolvimento do plano de gestão de expectativas
 - 4.7.3. Avaliação da viabilidade do projeto
- 4.8. Estudos de mercado online
 - 4.8.1. Ferramentas de investigação quantitativa nos mercados online
 - 4.8.2. Ferramentas dinâmicas de investigação qualitativa de clientes
- 4.9. Estudo das audiências tradicionais
 - 4.9.1. Origem da medição de audiências. Conceitos básicos
 - 4.9.2. Como são medidas as audiências tradicionais
 - 4.9.3. EGM e Kantar Media
- 4.10. Pesquisa de audiências na Internet
 - 4.10.1. A audiência social
 - 4.10.2. Medir o impacto social: Tuitele
 - 4.10.3. Barlovento e IAB Spain

“

Esta capacitação permitir-lhe-á progredir na sua carreira de forma cómoda”



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.



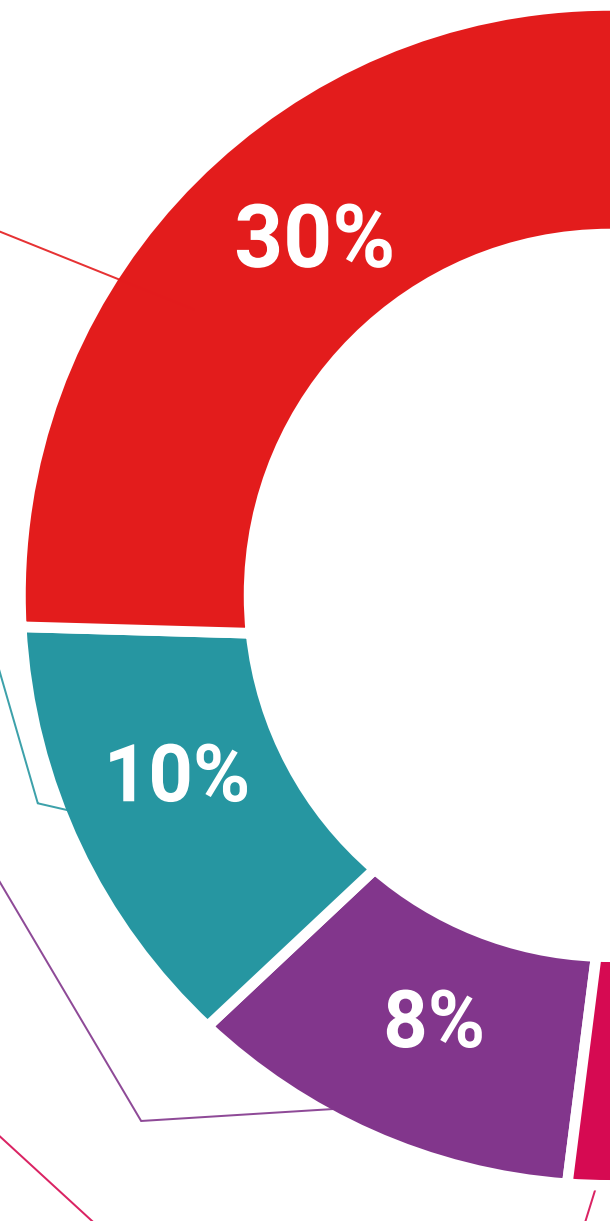
Práticas de aptidões e competências

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 Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos 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 Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos** 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 Meios de Comunicação e Gestão de Produtos Informativos**

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.

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

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização

Meios de Comunicação
e Gestão de Produtos
Informativos

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

Curso de Especialização

Meios de Comunicação
e Gestão de Produtos
Informativos