

Curso de Especialização  
Planeamento de Meios  
de Comunicação Publicitária



Social Medias



## Curso de Especialização Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária

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

# 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

Quando uma empresa decide fazer um investimento financeiro para anunciar os seus produtos, é necessário realizar um planeamento exaustivo dos meios de comunicação, graças ao qual é possível determinar os meios de publicidade mais adequados para transmitir as mensagens, tendo em conta o objetivo que se pretende alcançar e o público-alvo. Nesta especialização da TECH, os alunos irão encontrar as ferramentas essenciais para se tornarem verdadeiros planeadores de meios de comunicação, graças à informação atualizada e aos recursos teóricos e práticos ao seu dispor.



TELEVISÃO

NEW

“

*Esta especialização irá ensiná-lo a escolher os meios de comunicação publicitária mais adequados para realizar campanhas de sucesso para a sua empresa”*



A imagem corporativa é um dos fatores considerados fundamentais pelas organizações. Atualmente, é um dos elementos mais importantes que as empresas têm à sua disposição para fazer com que o seu público compreenda quem são, o que fazem e como se distinguem da concorrência. A construção de uma imagem adequada e competitiva é concretizada através de campanhas publicitárias, mas para isso é necessário determinar os meios de comunicação em que as empresas devem implementar essas campanhas. O trabalho do planejador de meios de comunicação publicitária é selecionar os suportes mais adequados, pelo que a especialização através de especializações como esta é essencial. Especificamente, esta especialização da TECH destina-se aos profissionais do jornalismo e da comunicação, que estão cientes da necessidade de atualizar os seus conhecimentos neste domínio para serem mais competitivos.

Deve ter-se em conta que, atualmente, a Internet é o canal de comunicação mais poderoso que existe e que se deve valorizar a importância da utilização cada vez mais generalizada das chamadas "ferramentas sociais", uma vez que oferecem às empresas e aos utilizadores novas formas de comunicar, vender, participar e trocar conhecimentos. Graças às redes sociais, e de uma forma rápida, multidirecional e próxima, as empresas que vendem produtos ou serviços podem promovê-los, bem como analisar a forma como são vistos pelos utilizadores e responder às exigências, questões e pedidos que estes têm relativamente a essa empresa.

Nesta esfera digital, também é fundamental a utilização das redes sociais, pois deram origem a uma revolução na forma como as organizações se relacionam entre si. Esta especialização irá ajudar os alunos a conhecer o verdadeiro potencial das redes sociais para as empresas, como criar um plano estratégico e como funcionam as plataformas e ferramentas mais importantes atualmente. Além disso, através desta especialização, o aluno irá adquirir conhecimentos relativos à reputação online, blogues e à figura do *Community Manager* como a pessoa responsável por maximizar a reputação da empresa.

Um compêndio de conhecimentos necessários para um planeamento correto dos meios de comunicação publicitária que irá marcar um antes e um depois na qualificação dos profissionais, ajudando-os a aceder a cargos profissionais de grande relevância nos departamentos de publicidade das empresas.

Este **Curso de Especialização em Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária** 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



*Atualize os seus conhecimentos neste domínio e seja mais eficaz na sua prática diária”*

“

*Uma especialização de elevado nível académico que lhe permitirá abrir novos caminhos para o seu progresso profissional”*

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.

*Um Curso de Especialização que o irá qualificar para trabalhar com sucesso no planeamento de meios de comunicação publicitária, com a competência de um profissional de alto nível.*

*A inovadora metodologia de ensino deste Curso de Especialização irá permitir-lhe aprender de uma forma dinâmica e eficaz.*



# 02

## Objetivos

O principal objetivo deste Curso de Especialização é capacitar profissionais altamente qualificados para a experiência profissional, dando-lhes as competências necessárias para serem bem sucedidos neste domínio. Além disso, este objetivo é complementado, de forma global, pela promoção do desenvolvimento humano que lança as bases para uma sociedade melhor, ajudando-os a aceder a um nível de competência e controlo muito mais elevado. Um objetivo que o aluno poderá alcançar em poucos meses, graças a uma especialização de alta intensidade e precisão.







“

*Se pretende aumentar a sua qualificação na área do planeamento de meios de comunicação publicitária, este Curso de Especialização irá ajudá-lo a atingir esse objetivo de forma prática”*



## Objetivos gerais

---

- ♦ Adquirir os conhecimentos necessários para realizar uma comunicação publicitária adequada, utilizando as ferramentas digitais mais avançadas
- ♦ Ser capaz de realizar um planeamento adequado dos meios de comunicação publicitária, a fim de determinar os suportes a utilizar pela empresa

“

*Uma oportunidade única para aumentar as suas opções de empregabilidade no mercado de trabalho”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Identidade corporativa

- ♦ Conhecer os fundamentos da publicidade e os agentes envolvidos no processo de criação publicitária
- ♦ Reconhecer e identificar os perfis profissionais do publicitário, bem como as principais funções e requisitos que deve cumprir para o seu desenvolvimento profissional
- ♦ Gerir a comunicação institucional em todas as circunstâncias, mesmo em episódios de crise em que a mensagem esteja alinhada com os interesses dos diferentes *Stakeholders*
- ♦ Gerir a comunicação de qualquer evento relacionado com a comunicação empresarial
- ♦ Criar a imagem corporativa de qualquer entidade a partir de qualquer um dos seus atributos

### Módulo 2. Redes sociais e *community management*

- ♦ Qualificar 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
- ♦ Permitir analisar e otimizar a utilização de novos canais de comunicação e estratégias dos meios digitais pelo profissional de publicidade e relações públicas
- ♦ Compreender a importância das redes sociais e do e-mobile como uma revolução do marketing e apoiar e utilizar estes instrumentos para alcançar os objetivos de publicidade e relações públicas

### Módulo 3. Planeamento dos meios de comunicação publicitária

- ♦ Saber aplicar as variáveis de análise no planeamento dos meios de comunicação publicitária
- ♦ Elaborar um plano de meios de comunicação para uma agência de publicidade ou um centro de meios de comunicação
- ♦ Saber gerir a compra de meios e suportes publicitários



*Atualize-se sobre os últimos desenvolvimentos na área do Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária*

# 03

## Estrutura e conteúdo

Esta especialização abrangente da TECH Universidade Tecnológica irá conduzir os alunos aos mais elevados padrões de qualidade e sucesso profissional no domínio do planeamento dos meios de comunicação publicitária, graças a um conteúdo extremamente atual com as principais novidades do setor. Um plano de estudos muito bem estruturado que irá permitir aos alunos autogerir os seus estudos e realizar um percurso académico intensivo, fundamental para o seu futuro laboral.





“

*Uma especialização de alto nível acadêmico que se destaca das restantes ofertas do mercado pela sua grande atualidade e qualidade”*



## Módulo 1. A identidade corporativa

- 1.1. Era uma vez a estratégia
  - 1.1.1. História da estratégia
  - 1.1.2. Aplicação da estratégia a outras disciplinas sociais
  - 1.1.3. Reconhecimento científico da estratégia
- 1.2. O pensamento estratégico
  - 1.2.1. Dimensão estratégica
  - 1.2.2. O que é um plano estratégico?
  - 1.2.3. Estrutura
- 1.3. Comunicação estratégica vs. Classes de estratégias
  - 1.3.1. Características da comunicação estratégica
  - 1.3.2. Estratégias de comunicação
  - 1.3.3. Classes de estratégias
- 1.4. Execução do processo de planeamento publicitário
  - 1.4.1. História do planeamento publicitário
  - 1.4.2. O que faz um *planner*?
  - 1.4.3. O *planner* no processo de trabalho da agência
  - 1.4.4. Gestão e planeamento de contas
- 1.5. Modelo geral de desenvolvimento do trabalho
  - 1.5.1. Pedido do anunciante
  - 1.5.2. Processo estratégico
  - 1.5.3. Consultoria estratégica
- 1.6. Meios de comunicação convencionais
  - 1.6.1. Transição para ambientes sociais
  - 1.6.2. Meios de comunicação híbridos
  - 1.6.3. Internet
  - 1.6.4. Caso *Orbyt*
- 1.7. Planeamento em meios de comunicação digitais
  - 1.7.1. Momento da decisão de compra
  - 1.7.2. Posicionamento na web
  - 1.7.3. Formatos
  - 1.7.4. Estratégias de marcas
  - 1.7.5. Medição
  - 1.7.6. Comércio eletrónico e social





- 1.8. Plano estratégico em 7 passos
  - 1.8.1. Análise da marca
  - 1.8.2. Identificar o *target*
  - 1.8.3. Definir objetivos
  - 1.8.4. Identificar a proposta de valor diferencial da marca
  - 1.8.5. Escolher canais de comunicação
  - 1.8.6. Criar o calendário da campanha
  - 1.8.7. Análise e medição de resultados
- 1.9. Futuro do planeamento
  - 1.9.1. Passado
  - 1.9.2. Presente
  - 1.9.3. Futuro
- 1.10. Audiência
  - 1.10.1. Intervalos horários de audiência em TV
  - 1.10.2. *Prime time* em TV
  - 1.10.3. GPRs

## Módulo 2. Identidade corporativa

- 2.1. A importância da imagem nas empresas
  - 2.1.1. O que é a imagem corporativa?
  - 2.1.2. Diferenças entre identidade corporativa e imagem corporativa
  - 2.1.3. Onde pode ser manifestada a imagem da empresa?
  - 2.1.4. Situações de rebranding corporativo Porquê obter uma boa imagem corporativa?
- 2.2. Técnicas de investigação em imagem corporativa
  - 2.2.1. Introdução
  - 2.2.2. O estudo da internacionalização da empresa
  - 2.2.3. Técnicas de pesquisa de imagem corporativa
  - 2.2.4. Técnicas de estudo qualitativo da imagem
  - 2.2.5. Tipos de técnicas quantitativas
- 2.3. Auditoria e estratégia de imagem
  - 2.3.1. O que é a auditoria de imagem?
  - 2.3.2. Diretrizes
  - 2.3.3. Metodologia da auditoria
  - 2.3.4. Planeamento estratégico

- 2.4. Cultura empresarial
  - 2.4.1. O que é a cultura empresarial?
  - 2.4.2. Fatores envolvidos na cultura empresarial
  - 2.4.3. Funções da cultura empresarial
  - 2.4.4. Tipos de cultura empresarial
- 2.5. Responsabilidade Social Empresarial e Reputação Corporativa
  - 2.5.1. RSE: conceito e aplicação da empresa
  - 2.5.2. Diretrizes para a integração da RSE nas empresas
  - 2.5.3. Comunicação da RSE
  - 2.5.4. Reputação empresarial
- 2.6. Identidade visual corporativa e *Naming*
  - 2.6.1. Estratégias de identidade visual corporativa
  - 2.6.2. Elementos básicos
  - 2.6.3. Princípios básicos
  - 2.6.4. Desenvolvimento do manual
  - 2.6.5. O *Naming*
- 2.7. Imagem e posicionamento de marca
  - 2.7.1. As origens das marcas
  - 2.7.2. O que é uma marca?
  - 2.7.3. A necessidade de construir uma marca
  - 2.7.4. Imagem e posicionamento das marca
  - 2.7.5. O valor das marcas
- 2.8. Gestão da imagem através da comunicação de crise
  - 2.8.1. Plano estratégico de comunicação
  - 2.8.2. Quando tudo corre mal: comunicação de crise
  - 2.8.3. Casos
- 2.9. A influência das promoções na imagem da empresa
  - 2.9.1. O novo panorama da indústria publicitária
  - 2.9.2. O Marketing promocional
  - 2.9.3. Características
  - 2.9.4. Perigos
  - 2.9.5. Tipos e técnicas promocionais



- 2.10. Principais redes sociais II
  - 2.10.1. YouTube: o segundo maior motor de busca na Internet
  - 2.10.2. Principais elementos
  - 2.10.3. A publicidade
  - 2.10.4. YouTube Analytics
  - 2.10.5. Casos de sucesso
  - 2.10.6. Instagram e Pinterest. O poder da imagem
  - 2.10.7. Instagram
  - 2.10.8. Casos de sucesso
  - 2.10.9. Pinterest
- 2.11. Blogs e marca pessoal
  - 2.11.1. Definição
  - 2.11.2. Tipologias
- 2.12. Ferramentas para o Community manager
  - 2.12.1. Monitorização e programação. Hootsuite
  - 2.12.2. Ferramentas específicas para cada rede social
  - 2.12.3. Ferramentas para a escuta ativa
  - 2.12.4. Ferramentas de encurtamento de URL
  - 2.12.5. Ferramentas para geração de conteúdo



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

### Módulo 3. Comunicações de marketing integradas

- 3.1. Publicidade *Below the Line*
- 3.2. Marketing direto e interativo
- 3.3. Técnicas de marketing no ponto de venda
- 3.4. Importância das relações públicas
- 3.5. Tendências de *Branded Entertainment Marketing*
- 3.6. Estratégia de comunicação digital
- 3.7. Métricas de comunicação digital
- 3.8. Importância das redes sociais
- 3.9. Segmentação efetiva e ferramentas em redes sociais
- 3.10. Vantagens do marketing móvel



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.



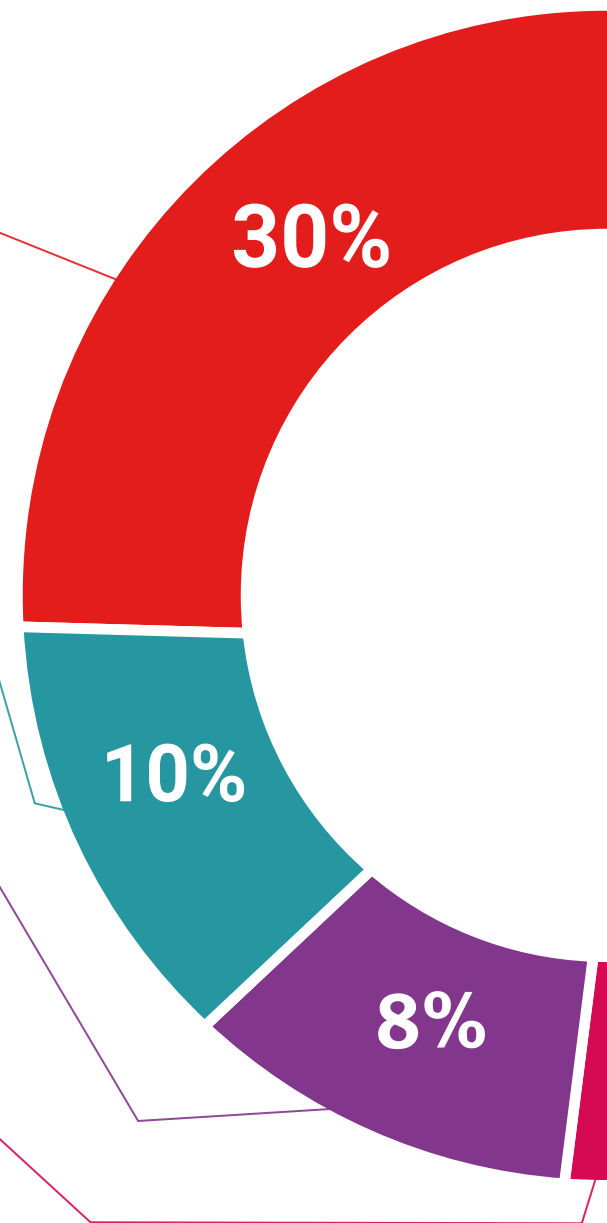
#### Práticas de aptidões e competências

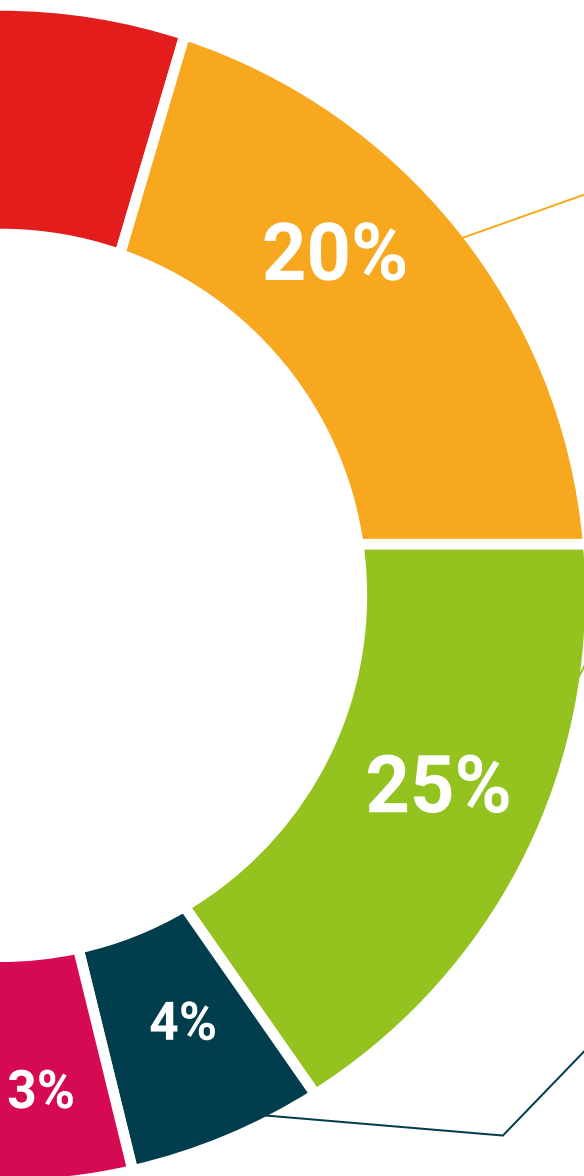
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



#### 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 Planejamento de Meios de Comunicação Publicitária 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 Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária** 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 **Mestrado Próprio** 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 Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária**

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 qualidade  
desenvolvimento site



**Curso de Especialização**  
**Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária**

- » Modalidade: online
- » Duração: 24 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online

# Curso de Especialização

## Planeamento de Meios de Comunicação Publicitária