

Curso de Especialização

Publicidade Audiovisual





Curso de Especialização

Publicidade Audiovisual

- » 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-publicidade-audiovisual

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificação

pág. 26

01

Apresentação

A publicidade é fundamental em todas as empresas e, embora possa ser transmitida em diferentes formatos, o audiovisual é um dos principais, uma vez que a combinação perfeita de imagem e som tem um maior impacto no público. Este Curso de Especialização destina-se aos profissionais do jornalismo que pretendem melhorar a sua especialização no domínio da publicidade audiovisual. Assim, ao longo dos meses de duração da especialização, os alunos irão aprender a analisar textos publicitários a partir de uma perspetiva crítica e a identificar os diferentes elementos das mensagens, bem como a produzir peças publicitárias atempadamente, de acordo com as especificações dos diferentes géneros de publicidade e relações públicas.



“

Especialize-se em Publicidade Audiovisual e crie campanhas exclusivas que favorecem o crescimento económico das empresas”

Este Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual foi concebido tendo em conta as necessidades académicas dos profissionais do jornalismo e da comunicação. Deste modo, os seus objetivos centram-se em saber aplicar a metodologia científica das teorias da comunicação e analisar os processos psicológicos básicos da comunicação e do recetor da publicidade. Para o efeito, serão analisados os fundamentos para o domínio dos elementos básicos da comunicação audiovisual. Além disso, o papel decisivo da imagem no século XXI torna necessário analisar a interrelação entre os elementos verbais e icónicos na mensagem comunicativa.

Graças a esta especialização, o aluno irá adquirir as competências necessárias para poder distinguir e apreciar os procedimentos utilizados na construção de materiais cinematográficos, televisivos, vídeo e multimédia.

Outro dos aspetos abordados será a produção de publicidade audiovisual e a análise dos quatro intervenientes diretamente envolvidos nas fases de contratação, execução e distribuição do trabalho: o anunciante, a agência, a empresa de produção audiovisual e os meios de difusão e distribuição. A empresa de produção audiovisual tem uma relação direta com a agência (que será a contratada) e uma relação indireta com o anunciante. O material produzido pela empresa de produção deve ser preparado e aprovado para ser corretamente distribuído através dos meios de difusão escolhidos (cinemas, televisão, Internet, aplicações, etc.). Por conseguinte, esta especialização irá abordar os processos de produção (pré-produção, produção e pós-produção) para o desenvolvimento de peças publicitárias.

Sem dúvida, uma especialização muito abrangente que irá marcar um antes e um depois na certificação dos jornalistas, dotando-os dos conhecimentos necessários para trabalhar com sucesso no domínio da publicidade, especialmente em formatos audiovisuais.

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

- ♦ A utilização da mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ O sistema de ensino, intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos, é fácil de assimilar e compreender
- ♦ Desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas no ativo
- ♦ Sistemas de vídeo interativos de última geração
- ♦ Ensino apoiado pela teleprática
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem autoregulada, permitindo total compatibilidade com outras ocupações
- ♦ Exercícios práticos de autoavaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educativas: perguntas ao especialista, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ Comunicação com o corpo docente e trabalhos de reflexão individual
- ♦ a disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis



*A TECH Universidade Tecnológica
conta com a metodologia de ensino
mais inovadora do panorama
académico atual.*

“

A TECH Universidade Tecnológica coloca à sua disposição uma multiplicidade de recursos teóricos e práticos para obter um conhecimento aprofundado na área da Publicidade Audiovisual”

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 qualificados e 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 vídeos interativos 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 lhe permitirá integrar e ancorar a aprendizagem de uma forma mais realista e permanente.

Uma especialização única que irá marcar a diferença na sua certificação no setor da Publicidade Audiovisual”

Inscreva-se neste Curso de Especialização e tenha acesso ilimitado a todos os seus conteúdos.



02

Objetivos

Este Curso de Especialização foi desenvolvido pelos professores da TECH com o objetivo principal de oferecer aos jornalistas os conhecimentos mais avançados sobre Publicidade Audiovisual, para que os profissionais adquiram, através de um estudo intensivo, as competências necessárias para se desenvolverem com sucesso num setor altamente competitivo. Uma especialização que se destina, em particular, a profissionais com experiência no setor que pretendem melhorar a sua certificação para se destacarem na sua prática diária.



“

Se o seu objetivo é reorientar o seu futuro profissional em direção a novos caminhos de sucesso, este é o Curso de Especialização para si”



Objetivo geral

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

“

Desenvolva as competências necessárias para ser bem sucedido neste domínio”





Objetivos específicos

Módulo 1. Introdução à psicologia da comunicação

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

Módulo 2. Narrativa audiovisual

- ♦ Aplicar a metodologia científica das teorias da comunicação
- ♦ Analisar os processos psicológicos básicos da comunicação e do recetor da publicidade
- ♦ Dominar as diretrizes básicas que regem a comunicação audiovisual e que servem de base à prática da publicidade e das relações públicas
- ♦ Descrever a evolução geral dos meios de comunicação social através do seu desenvolvimento histórico

Módulo 3. Publicidade audiovisual

- ♦ Compreender a natureza e o potencial comunicativo das imagens e do design gráfico
- ♦ Saber planejar campanhas publicitárias de forma estratégica
- ♦ Conhecer o processo criativo da publicidade
- ♦ Saber analisar textos publicitários numa perspetiva crítica e identificar os diferentes elementos das mensagens
- ♦ Produzir peças publicitárias atempadamente e de acordo com as especificações dos diferentes géneros de publicidade e relações públicas
- ♦ Ser capaz de desempenhar o papel profissional de redator publicitário numa agência de publicidade ou num departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Ser capaz de desempenhar o papel profissional de diretor de arte numa agência de publicidade ou num departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Participar na produção de publicidade audiovisual
- ♦ Ser capaz de dominar as diretrizes básicas que regem a publicidade audiovisual para a produção de produtos publicitários audiovisuais
- ♦ Dominar as diretrizes básicas que regem a publicidade audiovisual para a produção de produtos publicitários audiovisuais

03

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Curso de Especialização foi desenvolvido pelos diferentes especialistas com um objetivo claro: assegurar que os alunos adquiram todas e cada uma das competências necessárias para se tornarem verdadeiros especialistas neste campo. Uma especialização que abrange os aspetos mais relevantes da Publicidade Audiovisual e que se tornará um verdadeiro guia de trabalho para os profissionais do setor, que irão encontrar as informações mais relevantes e úteis para a sua profissão.

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

“

Uma especialização muito abrangente, muito bem estruturada, que irá facilitar a sua aprendizagem e o ajudará a melhorar as suas competências neste domínio”

Módulo 1. Introdução à psicologia da comunicação

- 1.1. História da psicologia
 - 1.1.1. Introdução
 - 1.1.2. Começamos com o estudo da psicologia
 - 1.1.3. A ciência em evolução. Mudanças históricas e de paradigma
 - 1.1.4. Paradigmas e fases da psicologia
 - 1.1.5. A ciência cognitiva
- 1.2. Psicologia social
 - 1.2.1. Introdução
 - 1.2.2. Começamos com o estudo da psicologia social: a influência
 - 1.2.3. Empatia, altruísmo e comportamento de ajuda
- 1.3. A cognição social
 - 1.3.1. Introdução
 - 1.3.2. Pensar e saber, necessidades vitais
 - 1.3.3. A cognição social
 - 1.3.4. Organizar a informação
 - 1.3.5. O pensamento: prototípico ou categórico
 - 1.3.6. Os erros de pensamento que cometemos: os enviesamentos inferenciais
 - 1.3.7. O processamento automático de informação
- 1.4. Psicologia da personalidade
 - 1.4.1. Introdução
 - 1.4.2. O que é o eu? Identidade e personalidade
 - 1.4.3. A auto-consciencialização
 - 1.4.4. A autoestima
 - 1.4.5. O autoconhecimento
 - 1.4.6. Variáveis interpessoais na formação da personalidade
 - 1.4.7. Variáveis macrosociais na formação da personalidade
 - 1.4.8. Novas perspetivas no estudo da personalidade Personalidade narrativa



- 1.5. As emoções
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. De que falamos quando ficamos emocionados?
 - 1.5.3. A natureza das emoções
 - 1.5.4. Emoções e personalidade
 - 1.5.5. De outra perspectiva. As emoções sociais
- 1.6. Psicologia da comunicação Persuasão e mudança de atitudes
 - 1.6.1. Introdução
 - 1.6.2. As atitudes
 - 1.6.3. Modelos históricos no estudo da comunicação persuasiva
 - 1.6.4. O modelo de probabilidade de elaboração (ELM)
 - 1.6.5. Processos de comunicação através dos meios de comunicação social
- 1.7. O emissor
 - 1.7.1. Introdução
 - 1.7.2. A fonte da comunicação persuasiva
 - 1.7.3. Características da fonte. A credibilidade
 - 1.7.4. Características da fonte. O atrativo
 - 1.7.5. Características do emissor. O poder
 - 1.7.6. Processos em comunicação persuasiva Mecanismos baseados na cognição primária
 - 1.7.7. Novos processos na comunicação Mecanismos baseados na cognição primária
- 1.8. A mensagem
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. Começamos por olhar para a composição da mensagem
 - 1.8.3. Tipos de mensagens: mensagens racionais vs. emocionais
 - 1.8.4. Mensagens emocionais e comunicação: mensagens indutoras de medo
- 1.9. O recetor
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. O papel do recetor de acordo com o modelo de probabilidade de elaboração
 - 1.9.3. Necessidades e motivações do recetor: o seu impacto na mudança de atitudes
 - 1.9.4. Necessidade de estima e comunicação

- 1.10. Novas abordagens ao estudo da comunicação
 - 1.10.1. Introdução
 - 1.10.2. O processamento inconsciente de informação. Os processos automáticos
 - 1.10.3. Medição de processos automáticos na comunicação
 - 1.10.4. Primeiros passos em novos paradigmas
 - 1.10.5. As teorias de sistemas de duplo processamento

Módulo 2. Narrativa audiovisual

- 2.1. Narrativa audiovisual
 - 2.1.1. Introdução
 - 2.1.2. Conceitos fundamentais da narrativa audiovisual
 - 2.1.3. Uma abordagem metodológica
 - 2.1.4. Particularidades do discurso audiovisual
 - 2.1.5. Linguagem audiovisual
 - 2.1.6. A imagem
 - 2.1.7. O som
- 2.2. O discurso e as estâncias de enunciação
 - 2.2.1. Introdução
 - 2.2.2. As funções do relato
 - 2.2.3. A construção do texto narrativo
 - 2.2.4. As instâncias enunciantes
 - 2.2.5. Tipologias de narradores
 - 2.2.6. Segmentação
 - 2.2.7. O narrador
- 2.3. A história e os eixos da narrativa
 - 2.3.1. Introdução
 - 2.3.2. A história
 - 2.3.3. Ação narrativa
 - 2.3.4. O tempo
 - 2.3.5. Espaço
 - 2.3.6. O som

- 2.4. A construção do discurso audiovisual: o guião
 - 2.4.1. Introdução
 - 2.4.2. O guião
 - 2.4.3. A ideia
 - 2.4.4. Género
 - 2.4.5. Personagens e diálogo
 - 2.4.6. Guião literário vs. Guião técnico
- 2.5. Teoria e análise da edição de filmes
 - 2.5.1. Introdução
 - 2.5.2. Definição da montagem
 - 2.5.3. As unidades básicas da narrativa cinematográfica
 - 2.5.4. Primeiras abordagens teóricas
 - 2.5.5. Tipos de montagem
 - 2.5.6. A montagem invisível: o raccord. Glossário sobre montagem
- 2.6. Contagem de histórias cinematográficas: das origens à pós-modernidade
 - 2.6.1. Introdução
 - 2.6.2. As origens do cinema
 - 2.6.3. O cinema das origens: articulação espaço-temporal
 - 2.6.4. A vanguarda e o cinema
 - 2.6.5. O cinema de Hollywood
 - 2.6.6. O cinema de arte e o ensaio
 - 2.6.7. Cinema contemporâneo
- 2.7. Cinema informático: dos telejornais aos documentários
 - 2.7.1. Introdução
 - 2.7.2. Cinema informativo
 - 2.7.3. Noticiários cinematográficos
 - 2.7.4. O documentário
 - 2.7.5. Cinema informativo de ficção
 - 2.7.6. O valor dos relatórios de notícias como fonte histórica
- 2.8. Discurso televisivo: informação e entretenimento
 - 2.8.1. Introdução
 - 2.8.2. Discurso televisivo
 - 2.8.3. Narratologia da informação audiovisual
 - 2.8.4. Géneros de Informação audiovisual
 - 2.8.5. *O infotainment*
 - 2.8.6. Programas de entretenimento
 - 2.8.7. A história fictícia da televisão
- 2.9. O discurso publicitário audiovisual: spot, trailer e videoclipe
 - 2.9.1. Introdução
 - 2.9.2. Narrativa publicitária nos meios audiovisuais
- 2.10. Novos meios de comunicação e estruturas narrativas na era digital
 - 2.10.1. Introdução
 - 2.10.2. O paradigma digital
 - 2.10.3. Os novos meios de comunicação social do século XXI
 - 2.10.4. Novas práticas de comunicação social
 - 2.10.5. A condição pós-média

Módulo 3. Publicidade Audiovisual

- 3.1. Introdução à publicidade audiovisual
 - 3.1.1. O que é a publicidade audiovisual?
 - 3.1.2. Origem
 - 3.1.3. Meios de comunicação de publicidade audiovisual
- 3.2. O spot publicitário
 - 3.2.1. O que é um spot?
 - 3.2.2. Estrutura narrativa de um spot publicitário
 - 3.2.3. História do spot publicitário
- 3.3. Equipa técnica de uma produção audiovisual I
 - 3.3.1. As equipas de produção e direção
 - 3.3.2. Funções das equipas de produção e direção
 - 3.3.3. Organograma



- 3.4. Equipa técnica de uma produção audiovisual II
 - 3.4.1. As equipas técnicas e artísticas
 - 3.4.2. Funções das equipas técnicas e artísticas
 - 3.4.3. Organograma
- 3.5. Pré-produção I: da ideia ao guião de filmagem
 - 3.5.1. Processo criativo baseado no briefing
 - 3.5.2. Guião literário: exemplo
 - 3.5.3. Guião técnico: exemplo
- 3.6. Storyboard
 - 3.6.1. Storyboard interno
 - 3.6.2. Storyboard de apresentação
 - 3.6.3. Storyboard de filmagem
- 3.7. O guião técnico: os estilos de realização
 - 3.7.1. Linguagem cinematográfica
 - 3.7.2. Encenação
 - 3.7.3. Planeamento técnico
- 3.8. Pré-produção II: o plano de filmagem e o orçamento
 - 3.8.1. Design de Iluminação
 - 3.8.2. Design de som
 - 3.8.3. Protocolo de filmagem
 - 3.8.4. Orçamento
- 3.9. A produção de um spot publicitário
 - 3.9.1. Quem participa na realização de um spot?
 - 3.9.2. Ordem de filmagem
 - 3.9.3. A filmagem
- 3.10. Pós-produção de um spot publicitário
 - 3.10.1. A montagem
 - 3.10.2. Tipos de montagem
 - 3.10.3. A pós-produção de imagem e som

04

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

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

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende-se com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educacional, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ministrar o curso, em específico para o mesmo, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são então aplicados em formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem componentes de alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas acerca da utilidade da observação por terceiros especialistas.

O que se designa de Learning from an Expert fortalece o conhecimento e a recordação, e constrói a confiança em futuras decisões difíceis.



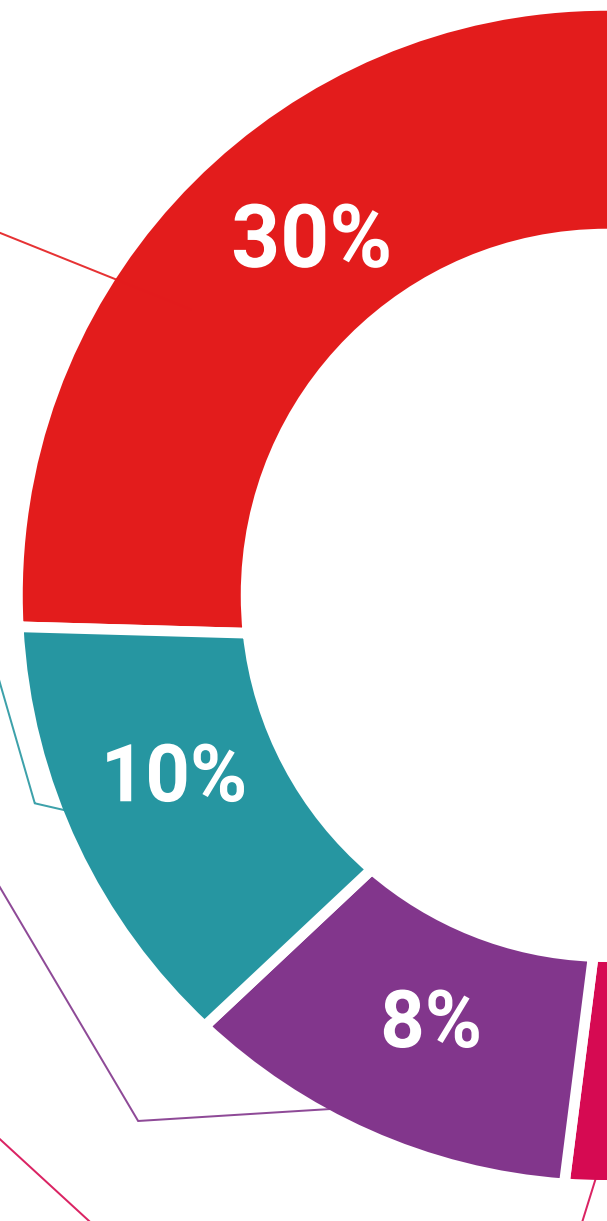
Estágios de aptidões e competências

Exercerão 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 deve desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH, o aluno terá acesso a tudo o que precisa para completar a sua qualificação.





Estudos de Caso

Completarão uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especificamente para esta licenciatura. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas do panorama internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de forma atrativa e dinâmica em conteúdos 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 um "Caso de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo do curso, por meio de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que o aluno controle o cumprimento dos seus objetivos.



05

Certificação

O Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Especialização em Publicidade Audiovisual** conta com o conteúdo educativo 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 Publicidade Audiovisual**

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.



Curso de Especialização Publicidade Audiovisual

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

Curso de Especialização

Publicidade Audiovisual

