

Curso

Comunicação Política
e Institucional





Curso

Comunicação Política e Institucional

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 6 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/comunicacao-politica-institucional

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia

pág. 22

06

Certificação

pág. 30

01

Apresentação

A comunicação política e institucional implica diferentes fatores que o profissional deve ter em conta, quer trabalhe do lado da difusão de informação, quer esta comunicação seja a fonte de informação do seu trabalho jornalístico. Possuir uma compreensão abrangente destes elementos é fundamental para trabalhar eficazmente e mover-se em segurança em territórios frequentemente complexos. Este Curso oferece uma qualificação abrangente e de alta qualidade neste interessante domínio de atividade para o profissional do jornalismo.





“

Todas as chaves da comunicação política e institucional numa qualificação intensiva e de alta qualidade para profissionais do jornalismo”

Os jornalistas desempenham um papel importante na política, uma vez que, de um ponto de vista crítico, são responsáveis por informar a sociedade sobre o que se passa no seio do governo e sobre decisões futuras.

Desta forma, o papel do jornalista procura, através da comunicação, estabelecer relações com altos dirigentes para aceder a um diálogo que lhe permita mostrar de forma transparente tudo o que se passa na política e nas instituições públicas. Deste modo, a informação será mais eficaz e verdadeira.

Por outro lado, se o jornalista faz parte de uma instituição pública ou do próprio governo, é seu dever exercer o seu papel, defendendo, de um ponto de vista crítico, a sua ética profissional, a fim de dizer a verdade sobre o que está a acontecer.

Este Curso 100% online é uma proposta da TECH para todos os jornalistas profissionais que pretendam alargar os seus conhecimentos no setor político. Graças ao seu material didático, audiovisual e inovador, este Curso apresenta as últimas atualizações do conhecimento no domínio da política.

Este **Curso de Comunicação Política e Institucional** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ A mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ Sistema de ensino intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos fáceis de assimilar e compreender
- ♦ Desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas no ativo
- ♦ Sistemas de vídeo interativos de última geração
- ♦ Ensino apoiado por teleprática
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem autorregulada: total compatibilidade com outras profissões
- ♦ 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 professor e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis, inclusive após o Curso



A experiência de uma universidade competente e especializada está ao seu serviço nesta atualização abrangente”

“

Um Curso apoiado pela melhor tecnologia, que lhe permitirá aprender de uma forma fluida e eficiente”

Um processo estimulante que lhe permitirá trabalhar numa das áreas mais dinâmicas e aliciantes do jornalismo atual.

Com professores especialistas nesta área de trabalho, esta especialização é uma oportunidade única para o desenvolvimento profissional.

O corpo docente é composto por especialistas no ativo. Um grupo multidisciplinar de profissionais formados e experientes em diferentes contextos, que irão desenvolver os conhecimentos teóricos de forma eficiente, mas acima de tudo, colocar os conhecimentos práticos decorrentes da sua própria experiência ao serviço desta especialização.

Este domínio do tema é complementado pela eficácia do desenho metodológico, desenvolvido por uma equipa multidisciplinar de especialistas em e-learning integrando os últimos avanços em tecnologia educativa.

Para alcançar o sucesso neste Curso, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo, através do qual poderá testar a teleprática e learning from an expert. Dois conceitos que o ajudarão a integrar e a ancorar a aprendizagem de uma forma mais realista e permanente.



02

Objetivos

O Curso de Comunicação Política e Institucional tem como objetivo a obtenção de um grau de especialização que permita ao profissional de jornalismo desenvolver a sua carreira nesta área de uma forma otimizada. Para o efeito, foram desenvolvidos conteúdos teóricos essenciais, que servirão de base para o trabalho prático, que será realizado de forma intensiva ao longo de todo o Curso.



“

Inclua, no seu currículo, os conhecimentos e competências necessários para trabalhar na área da comunicação política e institucional em qualquer meio de comunicação social”



Objetivos gerais

- ♦ Desenvolver e analisar discursos políticos destinados a diferentes ambientes e audiências, bem como executá-los verbalmente com eficácia comunicativa
- ♦ Identificar as estratégias de comunicação aplicadas nos discursos políticos
- ♦ Analisar a retórica dos discursos políticos e as diferentes estratégias de persuasão nas campanhas políticas e eleitorais
- ♦ Desenvolver competências na utilização de técnicas de expressão oral e escrita que permitam ao aluno adquirir a capacidade de elaborar e analisar o discurso político
- ♦ Desenvolver capacidades de comunicação eficazes para se tornar um excelente porta-voz e comunicador num ambiente profissional

“

Objetivos realistas e atingíveis que lhe permitirão transformar o seu futuro profissional com um perfil profissional muito mais competitivo”





Objetivos específicos

- ♦ Desenvolver capacidade, competências e julgamento crítico para estabelecer o plano de comunicação, estabelecer objetivos, definir o público-alvo, planejar estratégias e controlar o orçamento de comunicação
- ♦ Analisar os mecanismos pelos quais os instrumentos de comunicação política são concebidos, tanto histórica como atualmente, e a sua aplicação a diferentes casos
- ♦ Determinar as funções da pessoa responsável pela área de comunicação de uma organização ou empresa e estabelecer contactos com os diferentes públicos, tanto internos como externos
- ♦ Identificar as principais teorias para a análise da relação entre as campanhas eleitorais, os meios de comunicação social e o comportamento político
- ♦ Desenvolver competências e capacidades para investigar e analisar fenómenos e processos de comunicação para todos os tipos de organizações públicas e privadas, tarefas de consultoria, assessoria e mediação
- ♦ Avaliar e valorizar a identidade, comunicação, imagem, reputação e marca de uma organização, produto ou pessoa
- ♦ Gerar critérios próprios para procurar e analisar informação de diferentes fontes dentro do ambiente de comunicação política

03

Direção do curso

O Curso de Comunicação Política e Institucional tem um valor acrescentado que se destaca de qualquer outra especialização semelhante. Os professores que compõem o corpo docente têm conhecimento em primeira mão de como funciona realmente a comunicação política. Por esta razão, foi preparado um Curso com especial enfoque no desenvolvimento profissional, numa perspetiva que está em plena sintonia com a realidade do setor.





“

Aprender com especialistas na matéria é a melhor forma de adquirir competências para agir com confiança no seu trabalho como jornalista político”

Direção



Dr. Hernández De La Morena, Marcos

- ♦ Função: Jornalista especializado em comunicação política
- ♦ Licenciatura em Jornalismo pela Universidade Complutense de Madrid-CU Villanueva
- ♦ Mestrado em Estudos Avançados em Comunicação Política pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Analista e colunista da perspectiva da Comunicação Política no Voz Paralela
- ♦ Editor económico especializado em jornalismo de fontes e análise de dados no La Tribuna de Automoción
- ♦ Editor de web, analista de SEO e Community Manager no jornal Expansión
- ♦ Responsável de imprensa do clube desportivo Escudería El Piélagu, com criação de conteúdos web e impressos, redação de comunicados de imprensa, Community Manager, designer de capas, editor de fotografias, vídeos e cartazes
- ♦ Colaborador de imprensa da Juventude Socialista de Espanha
- ♦ Locutor e repórter da Cadena SER (chefe da estação de rádio Castilla-La Mancha)

Professores

Dra. Cáceres, Karina

- ♦ Função: Chefe de Estratégia Digital da Rede de Politólogas
- ♦ Licenciada em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Córdoba
- ♦ Mestrado em Estudos Latino-Americanos pela Universidade de Salamanca
- ♦ Assistente de Comunicação e Investigação na Universidade de Salamanca
- ♦ Assistente de Investigação para a Organização dos Estados Americanos (OEA)
- ♦ Analista freelance de projetos de investigação digital



04

Estrutura e conteúdo

Os conteúdos deste plano de estudos foram desenvolvidos pelos diferentes professores deste Curso com um objetivo claro: assegurar que os alunos adquirem todas e cada uma das competências necessárias para se tornarem especialistas em Comunicação Política e Institucional. O conteúdo desta qualificação permitir-lhe-á aprender todos os aspetos das diferentes disciplinas envolvidas nesta área.





“

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

Módulo 1. Comunicação política e institucional

- 1.1. A comunicação política
 - 1.1.1. Não há política sem comunicação
 - 1.1.2. As tentativas de definir a comunicação política
 - 1.1.3. A noção de mensagem: conceção ampla dos atores e dos conteúdos da comunicação
 - 1.1.4. A comunicação política como confronto de mensagens
 - 1.1.5. As áreas de estudo da comunicação política
 - 1.1.6. Modelo para o estudo da comunicação política
 - 1.1.6.1. A ação dramaturgica e ação comunicativa
 - 1.1.7. Comunicação, política e opinião pública
 - 1.1.7.1. O papel da comunicação nas eleições democráticas: O que é e para que serve?
 - 1.1.8. Comunicação política e novos meios de comunicação
 - 1.1.8.1. Como é que as novas tecnologias/novos meios de comunicação mudam a conceção de comunicação política?
 - 1.1.9. Mudança social e mudança tecnológica
 - 1.1.9.1. Como compreender a influência das novas tecnologias da informação e da comunicação?
 - 1.1.10. Mediatização e personalização da comunicação política
- 1.2. Comunicação persuasiva
 - 1.2.1. Persuasão: perspetivas teóricas
 - 1.2.2. A fonte de persuasão: credibilidade, atratividade, poder e outros
 - 1.2.3. A mensagem persuasiva: tipos, funções, aspetos formais, questões retóricas
 - 1.2.4. O recetor: capacidade de persuasão, processamento de mensagens, previsão de comportamentos?
 - 1.2.5. O contexto da persuasão: canal e meio de comunicação, a pessoa como contexto, a influência dos outros
 - 1.2.6. Autopersuasão: dissonância cognitiva, autoperceção, empenho e coerência
 - 1.2.7. Modelos teóricos na persuasão
 - 1.2.7.1. Modelo de aprendizagem
 - 1.2.7.2. Modelo de resposta cognitiva
 - 1.2.8. Modelos multi-processo
 - 1.2.8.1. O modelo de probabilidade de elaboração
 - 1.2.8.2. Modelo meta-cognitivo
 - 1.2.9. Resistência à persuasão: a teoria da inoculação, distração e prevenção
 - 1.2.10. Persistência de efeitos persuasivos: o enfraquecimento do impacto persuasivo O efeito de enfraquecimento
- 1.3. Novos atores na comunicação política
 - 1.3.1. A representação e a participação política
 - 1.3.1.1. Conceitos relevantes: Por que razão alguns cidadãos participam por vezes em instituições e por vezes nas ruas ou redes sociais?
 - 1.3.2. O aumento da participação 'não convencional' e a política de protesto nas sociedades contemporâneas
 - 1.3.3. As mudanças na comunicação política: a profissionalização
 - 1.3.4. As mudanças na sociedade (I)
 - 1.3.4.1. Fragmentação do público e globalização
 - 1.3.5. As mudanças na sociedade (II)
 - 1.3.5.1. Novas prioridades, valores e *issues*
 - 1.3.6. As mudanças nos meios de comunicação social: mudanças no processo de *gatekeeping*
 - 1.3.7. Atores tradicionais (I)
 - 1.3.7.1. Partidos políticos (organização e estrutura)
 - 1.3.9. Atores não tradicionais (I)
 - 1.3.9.1. Movimentos sociais
 - 1.3.10. Atores não tradicionais (II)
 - 1.3.10.1. Grupos sociais cujos direitos são violados: mulheres e minorias
- 1.4. Técnicas para uma comunicação eficaz: tópicos, discurso, *storytelling* e agenda
 - 1.4.1. Técnicas para tornar a comunicação mais eficaz
 - 1.4.2. A importância dos valores, contextos e emoções
 - 1.4.3. O discurso
 - 1.4.3.1. Elementos necessários para escrever um discurso
 - 1.4.3.2. Estrutura e partes constituintes (início, desenvolvimento, conclusão)
 - 1.4.4. Estilo e tipos de discurso
 - 1.4.5. Técnicas retóricas de repetição; de eloquência poética; retórica; usos de citações

- 1.4.6. *Storytelling* (ou como contar histórias que sejam persuasivas)
- 1.4.7. A linguagem não verbal
- 1.4.8. A rede temática e a mensagem: a agenda política
- 1.4.9. Argumentos e slogans. Discurso de campanha
- 1.4.10. Mitos e apelos emocionais
- 1.5. A comunicação política das instituições
 - 1.5.1. Comunicação institucional. Intangíveis. Notoriedade e reputação. O que é comunicado
 - 1.5.2. A gestão da comunicação. As relações com os públicos
 - 1.5.3. O Diretor de Comunicações (Dircom) e os Departamentos de Comunicação
 - 1.5.3.1. Funções e responsabilidades
 - 1.5.4. As agências de comunicação:
 - 1.5.4.1. Organigrama, funções, principais agências de comunicação
 - 1.5.5. Plano de comunicação (I)
 - 1.5.5.1. *Briefing* e investigação
 - 1.5.5.2. Auditoria e *stakeholders*
 - 1.5.6. Plano de comunicação (II)
 - 1.5.6.1. Objetivos, missão, visão, estratégias e táticas
 - 1.5.7. Calendário e orçamento
 - 1.5.7.1. Avaliação e medição de resultados
 - 1.5.7.2. *Clipping* e ROI
 - 1.5.8. Formação de porta-vozes
 - 1.5.8.1. Enfrentar a entrevista
 - 1.5.9. Sala de imprensa
 - 1.5.9.1. A gestão das redes sociais de uma perspectiva institucional
 - 1.5.10. Tipos de eventos institucionais
 - 1.5.10.1. Organização e divulgação
- 1.6. Campanhas eleitorais, meios de comunicação e decisões de voto
 - 1.6.1. Sem eleições, não há democracia!
 - 1.6.1.1. A comunicação política como confronto de mensagens
 - 1.6.2. O que fazem as campanhas eleitorais?
 - 1.6.2.1. Efeitos das campanhas eleitorais nas decisões de voto, participação política e desmobilização
 - 1.6.3. A investigação sobre os efeitos dos meios de comunicação e das campanhas eleitorais em perspetiva comparativa
 - 1.6.3.1. Principais questões de investigação, objetivos, teorias e conclusões (*agenda setting, framing, priming*)
 - 1.6.4. Perfil do candidato: desejado vs. Real
 - 1.6.5. A análise do contexto: delimitações e segmentação dos eleitores
 - 1.6.6. Elaboração da mensagem eleitoral: a componente partidária, a componente programática, a componente pessoal e o equilíbrio afinado da mensagem eleitoral
 - 1.6.7. A comunicação da mensagem eleitoral (I): logótipo, slogan e organização de eventos
 - 1.6.8. A comunicação da mensagem eleitoral (II): publicidade eleitoral, a relação entre os partidos políticos e os meios de comunicação e o marketing direto
 - 1.6.9. A nova comunicação dos atores políticos e dos meios de comunicação social
 - 1.6.10. O ataque nas campanhas eleitorais
- 1.7. Candidatos, estratégias e organização de campanhas eleitorais
 - 1.7.1. Liderança
 - 1.7.1.1. As competências que um candidato bem-sucedido deve ter
 - 1.7.2. Conceção e planeamento das campanhas
 - 1.7.2.1. Como é que se faz uma campanha eleitoral?
 - 1.7.2.2. Etapas. Conceção, planeamento e implementação de campanhas
 - 1.7.3. Estrutura organizativa da campanha
 - 1.7.4. Recursos de mobilização
 - 1.7.4.1. Centralização vs. Descentralização
 - 1.7.4.2. Profissionalização vs. Amadorismo
 - 1.7.5. Estratégias
 - 1.7.5.1. Mediáticas, programáticas clientelísticas
 - 1.7.6. Implementação da campanha
 - 1.7.6.1. Ferramentas de mobilização física: centradas no contacto pessoal com os eleitores vs. Centradas nos meios de comunicação social
 - 1.7.7. Estratégias organizativas I
 - 1.7.7.1. Campanhas centradas no candidato vs. Campanhas centradas no partido

- 1.7.8. Estratégias organizativas II
 - 1.7.8.1. Campanhas centradas no capital vs. Campanhas centradas no trabalho intensivo
- 1.7.9. A dimensão territorial das campanhas eleitorais
- 1.7.10. A dimensão digital das campanhas eleitorais
- 1.8. Spots, debates e campanhas negativas
 - 1.8.1. Análise de spots como forma de identificar estratégias e compreender a forma como a campanha é feita
 - 1.8.2. O *frame analysis* (análise de enquadramentos) no estudo dos *spots*
 - 1.8.3. Tipos: *framing* verbal, visual, aural
 - 1.8.4. Para que servem os debates?
 - 1.8.5. Formatos de debate
 - 1.8.6. Estratégias de ataque e defesa
 - 1.8.7. Estilos discursivos
 - 1.8.8. Bordões
 - 1.8.9. Réplicas
 - 1.8.10. Campanha negativa: táticas de ataque e contra-ataque
- 1.9. Comunicação governamental e de crise
 - 1.9.1. "Eu governo bem, mas comunico mal". Definição da comunicação de governação
 - 1.9.2. O objetivo da comunicação governamental e de políticas públicas: legitimar em vez de publicitar
 - 1.9.3. O "mito do governo"
 - 1.9.4. A mudança de paradigma na gestão e processos convergentes
 - 1.9.5. A gestão quotidiana versus a estratégia a médio prazo
 - 1.9.6. Os governadores e a relação governo-cidadãos
 - 1.9.7. A definição de crise, conflito e controvérsias
 - 1.9.8. Os escândalos públicos
 - 1.9.9. O processo de gestão da reputação pessoal e institucional e a sua relação com a comunicação governamental. A subjetividade
 - 1.9.10. As equipas de gestão de crises O fator surpresa





- 1.10. A política no século XXI
 - 1.10.1. Redes sociais
 - 1.10.1.1. O que são eles, para que servem, estatísticas e dados?
 - 1.10.2. Análise de redes sociais (ARS)
 - 1.10.2.1 Redes, influência, métricas
 - 1.10.3. Ferramentas de medidas e monitorização
 - 1.10.4. Posicionamento e técnicas de otimização: SEO
 - 1.10.5. Publicidade online (AdWords e novas plataformas)
 - 1.10.6. Estratégias para atrair seguidores
 - 1.10.8. Desenvolvimento e implementação de campanhas 2.0
 - 1.10.9. Ciberpolítica e os seus efeitos na participação e mobilização da juventude e cidadania
 - 10.10.1. Desafios e dilemas: desinformação e infociação

“

Aprenda a elaborar e decifrar a comunicação política e institucional com a competência de um profissional altamente qualificado”

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.



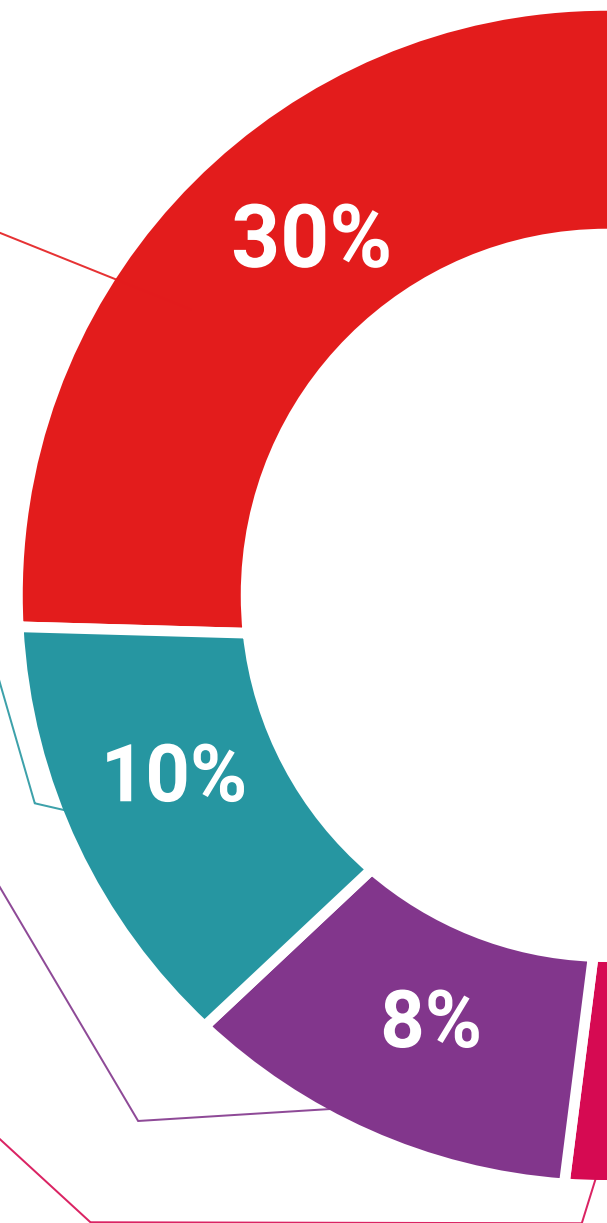
Práticas de aptidões e competências

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 Comunicação Política e Institucional garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de 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 Comunicação Política e Institucional** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de recepção, o certificado* correspondente ao título de **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Curso, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Comunicação Política e Institucional**

Modalidade: **online**

Duração: **6 semanas**

ECTS: **6**



*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 qualificação
desenvolvimento simulação

tech universidade
tecnológica

Curso

Comunicação Política e Institucional

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 6 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso

Comunicação Política
e Institucional

