

Curso

Empresa de Comunicação





tech universidade
tecnológica

Curso

Empresa de Comunicação

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

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/curso-empresa-comunicacao

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 16

05

Certificação

pág. 24

01

Apresentação

O objetivo do Curso de Empresa de Comunicação é que os alunos conheçam a organização das empresas jornalísticas e adquiram uma visão do enquadramento económico e empresarial destas entidades. Esta capacitação destina-se a especializar os profissionais do jornalismo neste âmbito e a promover o setor, as técnicas e as últimas tendências.





“

Torne-se num excelente jornalista e aprenda a contar o que se passa no mundo"

Os estudos de jornalismo são um dos mais procurados em todas as universidades, uma vez que esta profissão tem uma grande influência na população e ganhou grande destaque desde os seus primórdios. O jornalismo abrange diferentes ramos: social, cultural, económico, desportivo, internacional, eventos, conflitos, etc. Por isso, é necessário que os profissionais deste setor se especializem para poderem contar as histórias da forma mais adequada a cada caso.

Além disso, a transmissão de informações pode ser efetuada através de diferentes meios. Em específico, este Curso tem por objetivo capacitar os alunos em Empresa de Comunicação. Para o fazer, é necessário adquirir uma série de competências que permitam pôr em prática tudo o que foi aprendido.

O plano de estudos incide sobre a evolução e a organização da empresa de comunicação, a comercialização do produto, as receitas e despesas, o plano de atividades, o marketing informativo, a difusão e as audiências, os recursos humanos e a gestão empresarial, entre outros temas.

Este Curso é o mais completo e orientado para que o profissional da área do jornalismo e da comunicação atinja um nível superior de desempenho com base nos fundamentos e nas últimas tendências em Empresa de Comunicação. Aproveite a oportunidade e torne-se num profissional com bases sólidas através deste Curso e da mais recente tecnologia educativa 100% online.

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

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Empresa de Comunicação
- ♦ O seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece 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
- ♦ A sua ênfase especial nas metodologias inovadoras em Empresa de Comunicação.
- ♦ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas
- ♦ 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



Este Curso permitir-lhe-á desenvolver as suas competências e tornar-se num jornalista de sucesso"



Este Curso é perfeito para complementar os seus conhecimentos em Empresa de Comunicação"

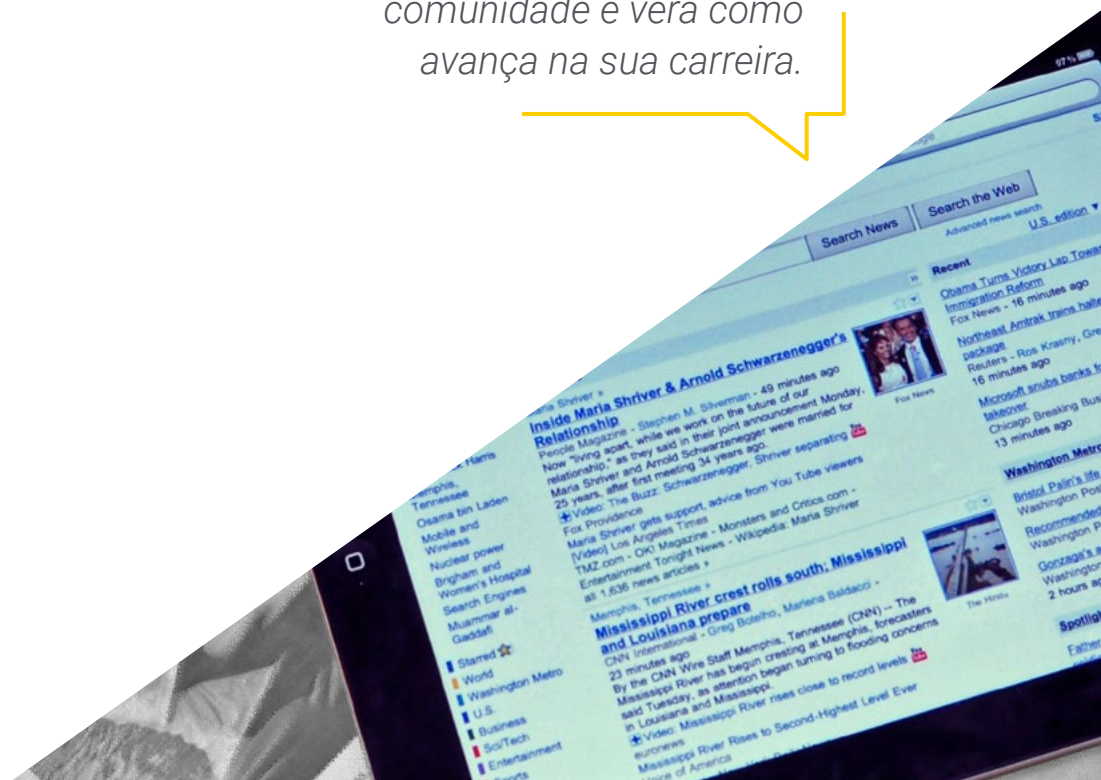
O seu corpo docente inclui profissionais da área do jornalismo que contribuem com a sua experiência profissional, bem como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

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 aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais.

A estrutura deste Curso centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que lhe sejam apresentadas. Para tal, o profissional será auxiliado por um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas com vasta experiência reconhecidos em Empresa de Comunicação.

Não perca a oportunidade de aumentar as suas competências em Empresa de Comunicação.

Junte-se à nossa comunidade e verá como avança na sua carreira.



02 Objetivos

Este Curso destina-se a profissionais do jornalismo para que possam adquirir as ferramentas necessárias para se desenvolverem neste campo específico, conhecendo as últimas tendências e aprofundando os temas que constituem a vanguarda desta área.





“

O Curso de Empresa de Comunicação permitir-lhe-á aumentar as suas competências neste setor”



Objetivo geral

- ♦ Identificar as funções e estratégias utilizadas pelas organizações para estarem presentes nos meios de comunicação social ou para favorecerem uma melhor comunicação com os seus clientes, fornecedores e empregados



Matricule-se no melhor Curso de Empresa de Comunicação do panorama universitário atual"





Objetivos específicos

- Compreender as teorias sobre publicidade, marketing, relações públicas e comunicação empresarial
- Compreender os mecanismos organizacionais necessários para desenvolver os diferentes aspetos de uma empresa de comunicação e a sua atuação num contexto globalizado
- Conhecer os tipos de Empresa de Comunicação existentes
- Conhecer a estrutura de uma Empresa de Comunicação

03

Estrutura e conteúdo

A estrutura dos conteúdos foi concebida por uma equipa de profissionais do jornalismo conscientes da relevância da atualidade da especialização para poder aprofundar na área do conhecimento para realizar um trabalho de qualidade profissional através das novas ferramentas disponíveis.



“

Dispomos do conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. Procuramos a excelência e queremos que você também a alcance”

Módulo 1. Empresa de Comunicação

- 1.1. Conceito e evolução da Empresa de Comunicação
 - 1.1.1. O que é a Empresa de Comunicação?
 - 1.1.2. Características da empresa jornalística
 - 1.1.3. Tipos de Empresa de Comunicação
- 1.2. Organização da Empresa de Comunicação
 - 1.2.1. Introdução
 - 1.2.2. O que é a organização de uma empresa
 - 1.2.3. Como é estruturada uma Empresa de Comunicação
 - 1.2.4. Modelos de estruturas organizacionais
- 1.3. Estrutura multimédia da Empresa de Comunicação
 - 1.3.1. Introdução
 - 1.3.2. Estrutura multimédia da Empresa de Comunicação
 - 1.3.3. Da Empresa de Comunicação ao conglomerado multimédia
 - 1.3.4. A concentração dos meios de comunicação social: causas e consequências
 - 1.3.5. Grandes grupos de comunicação
- 1.4. Comercialização do produto da Empresa de Comunicação
 - 1.4.1. Introdução
 - 1.4.2. Características da comercialização na Empresa de Comunicação
 - 1.4.3. Comercialização por canal de distribuição
 - 1.4.4. Marketing na empresa digital
- 1.5. Receitas e despesas na Empresa de Comunicação
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. A Empresa de Comunicação no contexto económico
 - 1.5.3. Ciclo de produção na Empresa de Comunicação
 - 1.5.4. Estrutura económica da Empresa de Comunicação
- 1.6. O plano da Empresa de Comunicação
 - 1.6.1. Introdução
 - 1.6.2. Circunstâncias do empreendimento e do trabalho independente no mercado da informação
 - 1.6.3. A criação de uma Empresa de Comunicação
 - 1.6.4. O plano da Empresa de Comunicação
 - 1.6.5. Possibilidades mercantis da Empresa de Comunicação
- 1.7. Marketing informativo e planeamento estratégico
 - 1.7.1. Introdução
 - 1.7.2. O que é o marketing?
 - 1.7.3. O marketing operacional
 - 1.7.4. Os 4 P's do Marketing
- 1.8. Distribuição e promoção do produto informativo
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. A distribuição
 - 1.8.3. Promoção de produtos informativos: a promoção de vendas e a promoção publicitária
- 1.9. Difusão informativa e audiências
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. O que entendemos por difusão informativa
 - 1.9.3. Para que serve a difusão informativa
 - 1.9.4. Indicadores de difusão e audiência
- 1.10. Os recursos humanos e a gestão empresarial
 - 1.10.1. Introdução
 - 1.10.2. A responsabilidade da Empresa de Comunicação na gestão do pessoal
 - 1.10.3. A motivação laboral
 - 1.10.4. A gestão da Empresa de Comunicação

Wap-bap, ba-da-di-tia-ua

Gleich treffe ich Bianca Heinicke, besser bekannt als Bibi H., was ich normalerweise locker rüberbringen würde, hätte ich nicht den Fehler gemacht, meinen Töchtern davon zu erzählen, ich gehe zu, ich wollte etwas sagen, als ich beim Abendessen sagte: „Übermorgen treffe ich Bibi.“ Das hab ich jetzt davon. Jetzt begleiten mich die Autogrammwünsche und unverzüglichen Erwartungen von zwei hübschen Berliner Schulknaben. Leistungsdruck, verdamm.

Abseits der Aufmerksamkeit der Erwachsenen prüft Bibi H. seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song für Aufsehen. Ein Besuch

...wie eine Art (Brecht) oder über die sehr Art, was man sich an den niedlichen Nachbarn (amachen kann) Aber dann fällt mir gerade noch rechtzeitig ein, dass ich mich für meine Tochter gleich folgende Fragen in mein Notizbuch geschrieben habe, und die werde ich Bibi jetzt stellen, obwohl es eigentlich keine einzige Frage auf dieser Welt geben dürfte, die Bibi nicht schon in jeder Sekunde beantwortet hat. Sie beantwortet jeden Tag in ihren Clips alle Fragen rund um ihr Leben, und zwar ohne dass jemand sie stellen würde. Wenn sich also jemand fragt, was Bibis Erfolgsgeheimnis ist, so lautet die Antwort: Genau das Recht über sich.

Ein paar Dingen: Bibi ist 24 Jahre alt. Ihren Kanal gibt es seit 2013, er hat 4,5 Millionen Abonnenten und bisher 148.000.000 Aufrufe. Sie ist die erfolgreichste deutsche Frau auf YouTube. Ob sie das spontane Feministin je ein Loblied auf sie singen würde, hat hier also ein sehr junges Paar aus Köln im Paradies von YouTube sein Karriere gemacht. Ihr Song wurde letzte Woche 9 Millionen mal bei YouTube abgerufen.

Wap-bap 30 Millionen Mal! Das ist wahrscheinlich mehr, als die Beatles, die Stones und Abba zusammen auf YouTube erreicht haben. „Wap-bap“ ist ein schlichtes Lied mit einer einfachen Melodie. Mädchen, aber es gefällt nun mal vielen Teenagern, was soll das Gemecker?

Das Gemecker geht ungefähr so: Bibi hat den Song gemacht, alle Vorwürfe, die vielleicht stimmen, vielleicht nicht. In Wahrheit geht es natürlich um etwas anderes. Es geht um Sex. Auf YouTube viel leichter noch mehr als in sonstigen Leben. Das Gemecker hat, wie so oft, mehr Aufmerksamkeit auf sich gezogen als der Aufmacher. Das Video schaffte es mit 10 Millionen Downloads in wenigen Tagen in die entsprechenden Top-Ten-Listen, und zwar weltweit – noch niemand in Deutschland hat etwas Ähnliches geschafft, vor allem nicht die deutlich weniger erfolgreiche deutsche YouTube-Königin, die seit mehreren Tagen verspricht, auch ein bisschen von Bibis Erfolg zu profitieren. So gehen wir Bibi Erfolg zu profitieren. So geht die Paraden des Landes neben Millionen Klicks. „Frage haben mit gutem Gefühl“ sagt Bibi. Und es ist ja auch klar, dass sie sagt: „Liste“ oder „musst du nicht.“

Auf Platz 1 der „Liste“ steht übrigens Justin Bieber, auf Platz 2 Miley Cyrus. Bibi zog also an Miley Cyrus vorbei auf Platz 6. Bibi vor Miley? Miley Cyrus ist Bibis Vorbild, und zwar schon immer. Das serviert Bibi mir jetzt, hier auf dem Sofa. Na ja, verraten klingt zwar gut, wenn ich an die Vermarktung des Gesprochenen gegenüber meinen Töchtern denke, ist aber vielleicht ein bisschen übertrieben, denn sicherlich hat Bibi das mit Miley Cyrus auch schon x-mal erzählt. Was ich sagen will, ist eigentlich nur das: Es gibt keinen besonderen Grund, sich für Platz sechs auf dieser Liste zu schämen.

Auch darum: Es ist geldtechnisch völlig banal, ob jemand ein Video gern anschaut oder ob ihn beim Anschauen überhört. Der Klick ist eine wertfreie Reaktion. Es gibt für Bibi also nicht nur keinen Grund, sich zu ärgern, sondern Millionen Gründe, sich zu freuen. Angeblich kriegen YouTuber pro 1000 Klicks 10 Euro von YouTube, was Bibi weder bestätigt noch abstreift, sondern gar nicht kommentiert, weil sie (und in Einigkeit unter den sonst so unmaginativen YouTubern) der Einfachheit halber überhaupt nicht über Geld spricht. Und warum sollte sie auch?

Wie Bibi so lässt und mit ihrem stillen Mund entweder redet oder lacht oder beides gleichzeitig macht, wissen natürlich alle hier im Raum, ihr Manager, ihr Freund, der Fotograf, sie und ich, das ihr Gesicht, ihr Lachen, ihr Kanal und auch ihr „Hallo! meine Lieben“ eine einzige Projektion für Marketing und Produktvertrieb ist. Was immer Bibi hier lobt und anpreist oder auch nur in der Kamera hält, kommt in Millionen Kinderzimmer aus und Kinder sind eben nicht nur Fans von Bibi, sondern auch Kunden.

Lang Wap-bap, ba-da-di-tia-ua. Wenn ich also meine Kinder in ihre Zimmer schicke, um ihnen Clips zu schauen, tue ich Bibi in Wahrheit einen Gefallen. Und darum tut Bibi mir jetzt auch einen. Sie schreibt eine lange Liste Autogramme für meine Kinder und ihre Freunde.

Auf dem Weg nach Hause: Auf meinem Sofa und setzen wir uns nebeneinander, und trotz der „good vibrations“ kriege ich kurz einen heftigen Gelenkschmerz, weil ich mich frage, über was ich mit Bianca Heinicke reden soll! Über Schmuckstücke vielleicht oder über die lustigen Tricks (für die älteren unter

...denn eine große ...kinder hinwegzogen, ...der Gehirne ...sen sie begannen ...uße der Deutsche ... (PW) in Offenbach ...hört Schwiegermutter ...nem Durchmuster ...er von Ha ...genannten sowie begin ...als 20 über pro Stunde ...nter nicht. In Nord ...innen innerhalb von zwei ...eiger 20 1.100 gegen pro ...me Nummer. Am Sonn ...er vor allem an Silbotten ...der Gottesmutter.



...bare Ballerina ...oson enthüllt ...ter der Kinosch. Jeff ...at in New York sein: zuerst ...ri vorgestellt: eine aufblas ...tische. Bis zum 2. Juni do ...letina Mitter hobte Tänzerin ...der der rockföhler Cente ...der der esbühne Kooze ...wei Mal zuvor Werke prä ...hat. Die Installation soll auf ...der verplanten Kinder ...der im Mai

...en es steckt ...Mittelpunkten ...Munden worden ...egen Karat ...ne Minja ent ...e Antiken ...nt Anfang ...haller Lauer ...wird als ...a der Zeit abe

...Will es, was es ...chromium) findet, ...schick“ Eine halbe Minute ...klarte er seinen Vernehm ...beendet, aber er sagte: „A ...show über Frankreich – und ...liberty ist nicht dabei.“ ...Aber es gibt auch eman ...men im Leben unseres Sch ...tern am Beispiel kann er in ...ro) und setzte sich auf den ...soned, ohne die Zeitschrift ...Post rüberzunehmen. Er ...merkwürdig erhöht vor mir ...te mich, was es mit der 1000 ...Theorie auf sich hätte. Sein ...Finn habe im Schluß davo ...sprochen und er frage sich, ...wirklich stimmt, denn dann ...ein Problem. Die 1000-Sch ...rie besagt, dass ein Mann ...genau entscheidend Organis ...kann. Danach ist Peterabend ...diesem kruden Usann sollten ...hieren Zeiten die Jungen von ...nieren abgehoben werden. E ...aber auch sein, dass diese ...vom Verband deutscher Mit ...tiklehrer erfordern wurde, dass ...Jungen mehr Zeit mit Zäble ...bringen. Auf jeden Fall finde ...Vorellung sehr absurd, dass ...zehnkürig“ erstattet ich ge ...unter Fortführung ich ge ...ner Gewohnheiten ihre Fam ...immer beender sein könnte. ...Fremde gut gefüllt mit der ...haz, dass es solche Grenzen ...andern Verhätungen geben ...ge Projektion für Marketing ...spiele gucken, dann wird er ...Nach 300 Taktchen schloß ...die Zäble aus. Man muss sich ...stellen, was Menschen um ...men, um diese projekten Zäble ...erleben. Der Organhandel blä ...Raps auf dem Kartoffelfeld. U ...globale Wirtschaft brumme ...rück, wenn wir nicht 3000 ...hören können, bevor die O ...ficken. Ich erging mich in ...on, und Nick hörte ...fragte er: „Also ...“Nurlich ...hat, die ...te des W ...ahiel. Er st ...hpa, der ...Materie er ...gang in sein Zimm



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



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 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 Empresa de Comunicação 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 Empresa de Comunicação** conta com o conteúdo educativo 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 Empresa de Comunicação**

ECTS: **6**

Carga horária: **150 horas**



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

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

tech universidade
tecnológica

Curso

Empresa de Comunicação

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

Curso

Empresa de Comunicação



Analysis
A process to examine something in detail in order to explain it as a basis of discussion or interpretation.

Ideas
Any thoughts, opinions, creation, suggestions or conception that is existing in the mind as a possible cause of action.

Planning
A detail or a process of thinking and organizing step by step to achieve a desired goals.