

Mestrado Próprio

Jornalismo Econômico





Mestrado Próprio

Jornalismo Econômico

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-jornalismo-economico

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 26

06

Metodologia

pág. 36

07

Certificado

pág. 44

01

Apresentação

Nos últimos anos, o Jornalismo Econômico se tornou uma das especialidades mais procuradas na comunicação, nas redações de todos os meios de comunicação, devido ao alto nível de interesse mídia. Devido ao alto nível de interesse que desperta no público e às repercussões, assim como o acompanhamento que estas notícias especializadas têm na opinião pública, agora ainda mais por causa da pandemia e dos efeitos do coronavírus. Neste programa de estudos, a TECH Global University reuniu todos o conteúdo que o profissional neste campo precisa dominar para se tornar um jornalista econômico, sabendo coletar e transmitir dados com a capacidade de realizar uma análise específica adequada, tornando-se um especialista neste campo.



oxígeno»
ectos

50.000 millones de euros el dinero prestado a los diferentes países de la UE, que al final fueron 60.000 millones.

P ¿Qué hará ahora?

R Si se nos pide que aumentemos de nuevo la capacidad de préstamos y obtenemos capital suficiente estamos dispuestos a mantener las aportaciones.

P El BEI ha sido una herramienta clave para impulsar el crecimiento de las diferentes regiones y dinamizar las inversiones en I+D, educación u

blica. ¿Acuden las instituciones públicas, empresas y universidades a las puertas en esas áreas? Los que la llaman el grifo de

R

sistema bancario. Hemos mantenido una actividad constante a pesar de todo. Es el principal receptor de las líneas de financiación antes y a pesar de la crisis tenemos confianza en que las medidas anunciadas den sus frutos. La posición de nuestra banca en la Unión Europea es el tercer de

P ¿H

“

Adquiera a capacidade de trabalhar como especialista em Jornalismo Econômico, com um programa de estudos de alta qualidade que lhe proporcionará as habilidades de um profissional de primeira classe"

As notícias econômicas ocupam hoje mais espaço na mídia. As notícias de rádio e televisão, as primeiras páginas da imprensa, jornais online e agências de notícias abrem seus espaços quase todos os dias com informações relacionadas ao Jornalismo Econômico: dados de desemprego, aumento ou queda do IVA, demissões de empresas, criação de novas oportunidades de emprego etc.

Na política, mesmo nos esportes e em diferentes setores da sociedade, especialmente no mundo dos negócios, pode ser visto um grande interesse na economia, seu significado e influência. A criação de empregos ou demissões são sempre notícias de interesse social, com repercussões e apreciação por partidos políticos, sindicatos, empregadores e pelos próprios trabalhadores. Quando a economia está crescendo, há "otimismo social", mas quando a economia está em crise e em declínio, a sociedade se torna pessimista e quase deprimida.

A fim de se comunicar eficientemente neste campo, o profissional de jornalismo requer capacitação específica que lhe permita compreender os dados que vai tratar, e ser capaz de analisar as informações adequadamente, criando peças jornalísticas que incluem gráficos econômicos e outras formas visuais de compilação de informações.

O conteúdo desenvolvido nos módulos analisa a origem do Jornalismo Econômico, as técnicas mais úteis para a obtenção de notícias, suas fontes e o trabalho do jornalista especializado neste tipo de informação. Tudo isso é apresentado através de recursos audiovisuais, leituras complementares e exercícios práticos utilizando a metodologia *Relearning*, focalizando a aprendizagem dinâmica e deixando para trás as longas horas de estudo e memorização.

Este **Mestrado Próprio em Jornalismo Econômico** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Jornalismo Econômico.
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- ♦ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Inclua em seu currículo uma capacitação específica em Jornalismo Econômico e dê um impulso à sua carreira rumo à excelência"

“

Um programa de estudos respaldado pela melhor tecnologia, que lhe permitirá aprender de uma maneira fluida e eficaz”

A equipe de professores do programa de estudos em Jornalismo Econômico tem ampla experiência no ensino em nível universitário, tanto em graduação como pós-graduação. Além disso, eles oferecem ao programa de estudos sua visão como profissionais atuantes, o que lhes permite conhecer em primeira mão a profunda transformação que o setor de comunicação está passando.

A metodologia dos programas oferecidos na TECH Universidade Tecnológica, em formato online, permite quebrar as barreiras impostas pelas obrigações de trabalho e o difícil equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. O acesso à capacitação presencial é praticamente impossível para aqueles envolvidos nas exigências diárias do trabalho. É por isso que este programa de estudos é a resposta de qualidade às suas necessidades de capacitação.

Todo este compêndio educacional torna este programa de estudos um título de especialização em Jornalismo Econômico que compila todos os aspectos relevantes e essenciais para tornar o profissional do jornalismo um verdadeiro profissional especialista nas áreas relacionadas ao Jornalismo Econômico.

Desde a forma como você conta até as fontes de informação econômica que você precisa tratar: este programa de estudos lhe fornece todas as ferramentas que você pode precisar.

Avance em um dos campos mais excitantes do jornalismo com a segurança da maior universidade online do mundo.



02

Objetivos

O programa de estudos em Jornalismo Econômico tem projetado para permita ao profissional da comunicação desenvolver sua carreira nesta área de forma otimizada. Para isso, foi desenvolvido o conteúdo teórico essencial, que equipará com os conhecimentos e as ferramentas necessárias para trabalho prático, que será realizado de forma intensiva ao longo de todo da capacitação.



“

Um processo de alta capacitação, que lhe permitirá adquirir as rotinas de trabalho necessárias para planejar, obter e transmitir informações econômicas com qualidade especializada”



Objetivos gerais

- ♦ Estabelecer a base teórica para compreender a importância do jornalismo econômico como uma das principais vertentes do jornalismo especializado.
- ♦ Fornecer as ferramentas básicas para compreender a necessidade da especialização jornalística como um valor elementar na perspectiva futura do jornalismo.
- ♦ Examinar as características das revistas especializadas como suporte e veículo para o para a transmissão de informações econômicas e empresariais
- ♦ Analisar a importância das informações econômicas em termos de sua relevância pública e interesse para a sociedade
- ♦ Analisar as importantes diferenças que o jornalista deve enfrentar ao preparar informações econômicas de acordo com o meio em que será divulgada.
- ♦ Gerar conhecimentos avançados para que o jornalista especializado em Jornalismo Econômico possa elaborar cada um dos gêneros jornalísticos que serão utilizados, mostrando as ferramentas de trabalho diárias.
- ♦ Mostrar como um jornal local não especializado lida com questões econômicas
- ♦ Determinar os fatores condicionantes das notícias econômicas, tanto na escolha do assunto como na forma de lidar com eles
- ♦ Mostrar como funciona um correspondente no campo econômico
- ♦ Ensinar como as notícias econômicas são escolhidas e tratadas para a imprensa estrangeira
- ♦ Aproximar a função do cartório como um fator de segurança jurídica e econômica
- ♦ Mostrar as funções da assessoria de imprensa de uma associação notarial e seu impacto sobre a imprensa empresarial
- ♦ Examinar a estrutura socioeconômica em que se desenvolvem as atividades esportivas
- ♦ Assimilar os diferentes modelos de negócios associados ao esporte
- ♦ Reconhecer como a atividade econômica do esporte impacta em outros aspectos da sociedade
- ♦ Melhorar a qualidade do jornalismo financeiro, capacitando pessoas capazes de entender, analisar, interpretar e capaz de compreender, analisar, interpretar e relatar os processos financeiros no país e no mundo.
- ♦ Analisar e conhecer o setor pesqueiro e suas instituições a fim de informar na seção econômica de um meio de comunicação.
- ♦ Abordar a terminologia específica do setor pesqueiro no campo da economia
- ♦ Gerar conhecimento especializado sobre a divulgação de notícias da pesca na mídia
- ♦ Identificar os conceitos relevantes dentro das principais áreas de conhecimento da economia e dos negócios
- ♦ Definir terminologia chave que evite confusão no leitor, no especialista em economia e empresas e estabelecer as diretrizes a serem seguidas pelo redator ao apresentar as ideias fundamentais
- ♦ Aprofundar-se na especialização em terminologia empresarial e econômica, bem como a identificação das áreas subjacentes e relevantes de conhecimento dessas áreas
- ♦ Apresentar e propor um glossário atualizado de termos de economia e empresa que permitam desenvolver de forma autônoma e especializada a correta elaboração de textos



Objetivos específicos

Módulo 1. Jornalismo Econômico

- ♦ Fornecer noções básicas de jornalismo especializado e de jornalismo econômico
- ♦ Compreender a necessidade da especialização jornalística como ferramenta para diferenciar o jornalismo em um contexto de "infoxicação"
- ♦ Desenvolver conceitos fundamentais para a compreensão do Jornalismo Econômico
- ♦ Conhecer a perspectiva histórica, a fim de compreender a situação atual e visualizar a perspectiva futura do Jornalismo Econômico

Módulo 2. Jornalismo Econômico em revistas especializadas

- ♦ Responsabilizar o jornalista especializado em economia em seu trabalho pedagógico ao expor e tornar as informações compreensíveis e atrativas por parte do público em geral
- ♦ Especializar o Jornalista Econômico na elaboração dos diferentes gêneros jornalísticos que têm lugar em uma revista especializada
- ♦ Mostrar as vantagens de reportar sobre economia em uma revista especializada em comparação com outras mídias gerais

Módulo 3. Jornalismo Econômico nos meios audiovisuais

- ♦ Discernir o gênero jornalístico que o profissional deve abordar em todos os momentos e a linguagem que deve usar em cada um deles
- ♦ Mostrar como elaborar e preparar a informação para que seja acessível ao público em geral fazendo uso de ferramentas específicas
- ♦ Aproximar o aluno do posicionamento de SEO e do uso de *Keywords* de informações econômicas

Módulo 4. Jornalismo Econômico em jornal local

- ♦ Diferenciar entre notícias objetivas e informações condicionadas
- ♦ Mostrar algumas das rotinas informativas (e vícios) no noticiário econômico
- ♦ Analisar em que medida a quantificação da linguagem econômica influenciou no jornalismo local
- ♦ Aproximar o aluno de uma realidade sobre o jornalista de assuntos econômicos, muito distante da visão que pode ser mostrada em filmes, séries e outras obras fictícias
- ♦ Fornecer aos alunos as ferramentas para formar seus próprios critérios sobre as notícias econômicas que aparecem na mídia local
- ♦ Enfatizar a tradução do macroeconômico para o microeconômico através do jornalismo local

Módulo 5. Jornalismo Econômico em meios estrangeiros

- ♦ Examinar a cadeia de transmissão de informações econômicas na mídia estrangeira, a escolha dos temas e os limites impostos
- ♦ Mostrar a realidade do trabalho de um correspondente em assuntos econômicos, suas imposições, dificuldades, desafios e obrigações
- ♦ Analisar como as empresas mais relevantes se destacam e como seu acompanhamento é feito
- ♦ Aproximar o jornalista profissional das nuances do Jornalismo Econômico para a mídia estrangeira, da macroeconomia à microeconomia e a importância da pedagogia
- ♦ Desenvolver as chaves do Jornalismo Econômico no terreno em tempos de crise

Módulo 6. Jornalismo Econômico e Notariado

- ♦ Explicar as funções do cartório enquanto funcionário público imparcial que ajuda, aconselha e garante a segurança jurídica e econômica de que a população necessita
- ♦ Definir o perfil profissional do jornalista de uma assessoria de imprensa de uma associação profissional que lida com dados econômicos diários
- ♦ Descrever a importância adquirida pelas novas tecnologias na profissão notarial e o trabalho fundamental do *Community Manager* dentro da organização
- ♦ Ensinar a forma como os dados econômicos das estatísticas notariais se encaixam diariamente na seção de economia da mídia
- ♦ Expor como os cartórios abordam o consumidor para defender seus direitos em procedimentos tão comuns como comprar casa, assinar um crédito à habitação ou processar uma herança, entre outros

Módulo 7. Jornalismo, Economia e Esporte

- ♦ Analisar as diferentes formas de estruturação de empresas esportivas e como eles se tornam os principais atores em um negócio macroeconômico
- ♦ Examinar a importância do esporte na mídia, bem como seu impacto social
- ♦ Considerar e refletir sobre os grandes impactos econômicos gerados por determinados eventos esportivos
- ♦ Estudar o novo jornalismo esportivo e a importância das redes sociais nele

Módulo 8. Jornalismo Econômico na banca

- ♦ Formar jornalistas especializados em questões financeiras que possam entender e analisar os fatos com rigor
- ♦ Melhorar as capacidades de síntese e interpretação de dados Econômicos para a elaboração de notícias econômicas objetivas
- ♦ Compreender melhor o setor financeiro, a sua história, o contexto atual e as alavancas de comunicação para poder preparar notícias econômicas
- ♦ Melhorar a qualidade das informações econômicas divulgadas pela mídia de comunicação

Módulo 9. Jornalismo econômico e setor primário. O setor pesqueiro na imprensa econômica

- ♦ Analisar a estrutura informativa da Federação Nacional dos Associados de Pescadores na imprensa econômica
- ♦ Abordar a estratégia de informação das assessorias de imprensa do setor pesqueiro
- ♦ Aprofundar o trabalho informativo de um jornalista especializado no setor pesqueiro
- ♦ Abordar notícias da pesca em revistas especializadas em economia

Módulo 10. Conceitos e terminologia de economia e negócios

- ♦ Aprofundar e identificar a terminologia da economia geral, macroeconomia e microeconomia, para contextualizar a situação econômica e sua influência tanto na sociedade como nas empresas
- ♦ Apresentar organizações e empresas através de sua terminologia, bem como as principais relações com seu ambiente e outras organizações
- ♦ Identificar o papel das finanças, dos mercados financeiros e do mercado de ações na economia atual e sua relevância na sociedade e nas empresas
- ♦ Definir através da terminologia contábil como instrumento-chave na administração, na tributação, na apresentação das demonstrações financeiras e a determinação da lucratividade do negócio



Nosso objetivo é simples: lhe oferecer um programa de estudos de alta qualidade, com os recursos de ensino mais desenvolvidos para que você possa alcançar os melhores resultados com pouco esforço"

La hu...

El Estado recorta el gasto público para frenar el déficit

Salarios han caído (5%)

cuatro cifras que saldrán años de la era de Yeltsin. Para frenar la huida de los precios, aunque el crecimiento, el banco de tipos de interés a más los salarios se han caído de un índice de paridad de un índice de paridad parcialmente moderado salarios en términos ha traducido en un aumento de los hogares. Lo cual, sumado al interés, ha frenado...

UNTEMARECO
Hasta el momento provocado por...

EDICIÓN ESPECIAL
PRECIO: 4,90 € - CANARIAS 5,10 €

EDICIÓN ESPECIAL
PRECIO: 4,90 € - CANARIAS 5,10 €

Alternativas económicas

nº 54

ENERO 2018
PRECIO: 4,90 € - CANARIAS 5,10 €
alternativaseconomicas.coop

Alternativas económicas

PANORAMA
21-D: victoria de las banderas, por Francesc Valls
P.12

CRÓNICA
Enric González: el oráculo impertinente
P.66

Dossier

Auté

03

Competências

O profissional de Jornalismo que concluir o Mestrado Próprio em Jornalismo Econômico terá desenvolvido um programa de estudos que lhe permitirá exercer a sua profissão nesta área, com a segurança conferida pela especialização por uma equipe de profissionais com ampla experiência em suas áreas.



“

Aprenda a trabalhar na área econômica como um especialista, através desta capacitação completa que lhe permitirá dominar as ferramentas e formas específicas de trabalhar nesta área”



Competências gerais

- Atuar como jornalista econômico através de casos reais teórico-práticos
- Trabalhar com segurança como Jornalista de Economia
- Atuar com solvência como Jornalista para Assessorias de Comunicação

“

Atualize-se em todos os campos da comunicação jornalística os diferentes campos da com este completo programa de estudos, que lhe permitirá dominar todos os novos processos e formas de trabalho”





Competências específicas

- ♦ Dominar o vocabulário do Jornalismo Econômico
- ♦ Reconhecer as peculiaridades do Jornalismo Econômico em revistas especializadas
- ♦ Utilizar as ferramentas do Jornalismo Econômico audiovisual
- ♦ Atuar como Jornalista Econômico em revista local
- ♦ Analisar o Jornalismo Econômico em meios estrangeiros
- ♦ Atuar com solvência em Jornalismo Econômico e cartórios
- ♦ Possuir amplo conhecimento de Jornalismo, economia e esportes
- ♦ Conhecer os prós e contras do Jornalismo Econômico relacionado com o setor primário
- ♦ Dominar os conceitos de comunicação empresarial

04

Direção do curso

O programa de estudos em Jornalismo Econômico é ensinado por profissionais do setor, com ampla experiência em jornalismo e ensino, que tentarão lhe dar ao aluno uma visão atualizadas e da profissão. Por esta razão, foi desenvolvido um programa de estudos com um foco especial no desenvolvimento profissional a partir de uma perspectiva que está totalmente de acordo com a realidade do setor.



“

*Aprenda com especialistas na área
e comece a se movimentar em uma
profissão dinâmica e interessante”*

Direção



Dr. Javier Ronda Iglesias

- ♦ Jornalista encarregado de Sucesos e Tribunais na Rádio Canal Sur
- ♦ Presidente do Conselho de Administração da Associação de Imprensa do Campo de Gibraltar
- ♦ Professor Associado da Faculdade de Comunicação da Universidade de Sevilha
- ♦ Pesquisador
- ♦ Autor do livro Vecino de Guardia, Tricornio de Guardia e Manual de Periodismo Judicial da Universidade de Sevilha
- ♦ Doutor em Jornalismo e Comunicação pela Universidade de Sevilha
- ♦ Formado em Ciências da Informação. Universidade de Sevilha
- ♦ Graduação em Direito na Universidade Ouberta da Catalunha
- ♦ Recebeu a Distinção de Soldado de Honra da UME, a Unidade de Emergência Militar do Ministério da Defesa. Base Morón de la Frontera, Sevilha
- ♦ Prêmio nacional da Guardia Civil na modalidade de rádio.
- ♦ Membro de: Associação de Imprensa de Sevilha, FAPE e a Associação de Comunicadores e Informadores Legais



Dra. María de los Ángeles Campra García de Viguera

- ♦ Diretora e Assessora de Comunicação
- ♦ Diretora de Comunicação da Associação de Chefes e Gerentes da Polícia Local da Andaluzia, AJDEPLA
- ♦ Diretora de Comunicação da Casa de Galicia em Sevilha, Lar Gallego
- ♦ Diretora de Comunicação da Clínica Estética GOLDEN
- ♦ Diretora de Comunicação da Fundação +21
- ♦ Diretora de Comunicação da Federación Nacional de Cofradías de Pescadores
- ♦ Assessora de Comunicação da Unixa Abogados y Consultores
- ♦ Doutor em Jornalismo e Comunicação pela Universidade de Sevilha
- ♦ Formada em Ciências da Comunicação pela Universidade Camilo José Cela, Madri
- ♦ Palestrante na UNED em Ceuta como especialista em Gabinetes de Comunicação no Curso de Verão "Imagem e Poder da Mídia"
- ♦ Palestrante na UNED em Ceuta como especialista em Gabinetes de Comunicação das Jornadas "Imagem e Poder da Mídia"

Professores

Sra. Cristina González Morales

- ♦ Redatora e repórter da Televisión Canaria
- ♦ Repórter em Informativos Telecinco
- ♦ Redatora e locutora da Canarias Radio La Autónoma
- ♦ Formada em Jornalismo e Comunicação pela Universidade de Sevilha

Sr. Juan Carlos Figuero Benítez

- ♦ Jornalista especializado em Comunicação Institucional e Política
- ♦ Jornalista do Departamento Editorial da GN10 DIGITAL NEWS
- ♦ Graduação em Jornalismo pela Universidade de Sevilha
- ♦ Mestrado em Comunicação Institucional e Política pela Universidade de Sevilha

Sra. Carolina Gimeno Pons

- ♦ Chefe de Comunicação da Associação Notarial de Valência
- ♦ Chefe do Departamento de Comunicação e Relações Institucionais da Associação Notarial de Valência
- ♦ Chefe de Comunicação no Dos Rodes BMW Motorrad
- ♦ Chefe de Comunicação da Plataforma de Pessoas Afetadas pela Nova Lei de Táxi
- ♦ Diretora de Comunicação da Civa Relações Públicas
- ♦ Jornalista da agência EFE
- ♦ Redatora do Canal 9 RTVV
- ♦ Formada em Ciências da Informação: Jornalismo pela Universidade CEU Cardenal Herrera de Valência

Sr. Adrián Lorenzo Pérez

- ♦ Especialista em comunicação e relações institucionais no CECABANK e CECA
- ♦ Consultor de Comunicação da Pulpomatic
- ♦ Especialista em comunicação corporativa no BBVA
- ♦ Consultor na Sanchis&Asociados
- ♦ Redator no Faro de Vigo
- ♦ Redator em La Voz de Galicia
- ♦ Graduação em Ciências Políticas e Administração pela Universidade Nacional de Educação à Distância
- ♦ Graduação em Jornalismo pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em Comunicação Política pela Fundação José Ortega y Gasset
- ♦ Mestrado em Marketing, Consultoria e Comunicação Política pela Universidade de Santiago de Compostela

Sra. Patricia Balbontín Valle

- ♦ Editora-Chefe da Andalucía Económica
- ♦ Coordenadora da revista "Para Vivir Andalucía"
- ♦ Colaboradora da empresa Magnum Comunicación, realizando trabalhos de comunicação externa para determinadas empresas
- ♦ Redatora da seção local do jornal La Voz de Huelva
- ♦ Redatora. ABC, Huelva
- ♦ Formada em Ciências da Comunicação pela Universidade de Sevilha
- ♦ Conhecimentos de maquetação com InDesign e manejo do Wordpress

Sr. Andrés García Latorre

- ♦ Editor e coordenador do jornal La Voz de Cádiz
- ♦ Repórter no El Correo de Andalucía
- ♦ Redator e locutor em Cadena SER
- ♦ Programa Avançado de Community Management pela Universidad Nacional de Educación a Distancia
- ♦ Formado em Jornalismo pela Universidade de Sevilha

Dra. Mónica Martínez Leyva

- ♦ Jornalista especializado em Mídia Audiovisual
- ♦ Repórter no Programa Documental Centenarios no Canal Sur TV
- ♦ Repórter da Andalucía Directo para a TV Canal Sur
- ♦ Especialista em Marketing Digital e Conteúdo no Infoautónomos
- ♦ Redatora no El Economista
- ♦ Doutor em Jornalismo e Comunicação pela Universidade de Sevilha
- ♦ Mestrado em Comunicação Institucional e Política pela Universidade de Sevilha
- ♦ Programa Avançado de Comunicação pela Universidade de Granada



Sra. Aurélie Chamerois

- ♦ Cofundadora e editor-chefe da Equinox
- ♦ Correspondente na Espanha da mídia francesa, como BFM TV, TV5 Monde, RTL e Ouest-France
- ♦ Jornalista da LN 24, Medi 1, Le JDD, France TV e TV5 Mond
- ♦ Colaborações ocasionais com a mídia na Suíça, Bélgica e Marrocos
- ♦ Jornalista para a revista Bons Plans
- ♦ Jornalista da Virgin Radio International Limited e do NRJ GROUP
- ♦ Formada em Civilizações e Línguas Anglo-Saxônicas e Hispânicas para Relações Exteriores pela Universidade de Bourgogne

Sr. Ignacio Mateo Martín

- ♦ Desenvolvimento de aplicativos web na ATOS
- ♦ Fundador da revista digital La Paradinha
- ♦ Redator da ABC de Sevilha na seção de Economia e na seção de Andaluzia
- ♦ Redator na Europa Press Andalucía
- ♦ Redator no escritório de imprensa da Agência de Meio Ambiente e Água da Andaluzia
- ♦ Redator no Estádio Deportivo
- ♦ Formado em Jornalismo pela Universidade de Sevilha
- ♦ Técnico Superior em Desenvolvimento de Aplicações Web na IES Jacaranda
- ♦ Mestrado oficial em Relações Internacionais pela Universidade Pablo de Olavide em conjunto com a Universidade Internacional da Andaluzia

Dra. Margarita Castañeda Taladríz

- ♦ Chefe de Comunicação e Branding para o setor financeiro
- ♦ Responsável de Comunicação e Marca. CECABANK
- ♦ Vice-Secretaria de Desenvolvimento de Negócios. COAS
- ♦ Market Risk Analyst. Banco Santander
- ♦ Credit and Market Risk Analyst. Santander Investment
- ♦ Cecabank Master Classes e mentor nos projetos de estudantes de jornalismo e comunicação no âmbito dos Study Abroad na Universidad Camilo José Cela (Madri)
- ♦ Palestrante do Curso de Risco ESCA (antiga Escola de Formação Bancária do Cecabank)
- ♦ Doutorado em Economia Quantitativa pela Universidade Complutense de Madri
- ♦ Formada em Economia, Estatística e Econometria pela Universidad Carlos III de Madri

Sra. Carolina Elipe Fernández

- ♦ Membro do Departamento de Sustentabilidade e Relações com Acionistas do CECA e do Cecabank
- ♦ Membro do Departamento de Responsabilidade Social Corporativa do CECA
- ♦ Colaborador no Plano de Educação Financeira (Banco da Espanha e CNMV)
- ♦ Colaboradora de WSBI-ESBG
- ♦ Colaboradora da revista Ahorro
- ♦ Formado em Economia pela Universidade Carlos III de Madri
- ♦ Especialista Europeia em Responsabilidade Social Empresarial pela Associação Espanhola de Qualidade



Sra. María Jesús del Río Álvarez

- ♦ Arquivista do Arquivo Histórico do CECA
- ♦ Bibliotecária Corporativa do Cecabank
- ♦ Documentalista e Bibliotecária na Docuteria
- ♦ Comissário da exposição virtual do CECA 'Aprender a economizar'
- ♦ Bibliotecária de instituições universitárias como a Universidade Complutense de Madri, a Universidade Camilo José Cela e a Universidade CEU San Pablo
- ♦ Formada em Documentação pela Universidade Complutense de Madri
- ♦ Curso de Fisioterapia pela Universidade Complutense de Madri
- ♦ Membro de: Grupo de Trabalho do Banco de España sobre "Arquivos Históricos Bancários", Conselho Geral de Arquivos da Comunidade de Madri (membro), Grupo de Trabalho do Banco de España sobre "Arquivos Históricos Bancários" e o Conselho Geral de Arquivos da Comunidade de Madri (membro)

Sra. Marta Pérez Sigüenza

- ♦ Supply Chain Operations na Airbus Crisa
- ♦ Composite Materials Procurement na Airbus
- ♦ Especialista em compras na Tramas+
- ♦ Professora na Universidade Pablo de Olavide
- ♦ Doutora em Gestão Estratégica e Negócios Internacionais pela Universidade de Sevilha
- ♦ Dupla graduação em Negócios e Direito pela Universidade Pablo de Olavide
- ♦ MBA pela Universidade de Málaga
- ♦ Mestrado em Tomada de Decisões pela Universidade de Alcalá

Dra. Nuria Sánchez-Gey

- ♦ Diretora de Projeto e Chefe de Comunicação da Fundação José Manuel Lara
- ♦ Jornalista, Redatora e Repórter de Assuntos Atuais da Informativos Telecinco
- ♦ Professora da Graduação em Comunicação e Comunicação Digital no Centro Universitário San Isidoro
- ♦ Professora do Mestrado em Jornalismo Esportivo, Faculdade de Comunicação, Universidade de Sevilha
- ♦ Professora na Escola Andaluza de Repórteres
- ♦ Doutorado Inter-Universitário em Comunicação pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Sevilha, no campo do Jornalismo
- ♦ Formada em Comunicação, Jornalismo, pela Faculdade das Ciências de Informação da Universidade de Sevilha
- ♦ Curso de Estudos Avançados em Jornalismo pela Universidade de Sevilha
- ♦ Estágio Internacional de Comunicação na Universidade de Lagos, em Portugal

Sra. González Martínez, Mónica

- ♦ Técnico de Comunicação Interna, Transformação Digital e Marca: CECABANK e CECA
- ♦ Técnico de Comunicação Interna, Transformação Digital e Marca: CECABANK e CECA (Madri)
- ♦ Controlador Sênior de Risco de Crédito, Confederación Española de Cajas de Ahora
- ♦ Back Office OTC Derivativos e Colaterais na Confederación Española de Cajas de Ahora
- ♦ Back Office OTC Derivativos no GEOBAN
- ♦ Formada em Ciências Econômicas pela Universidade Autônoma de Madri
- ♦ Mestrado Executivo em Gestão de Riscos Financeiros do Instituto BME

Estructura e conteúdo

O conteúdo deste curso foi elaborado pelos diferentes professores do programa de estudos e tem um objetivo claro: assegurar que nossos alunos adquiram cada uma das habilidades necessárias para se tornarem verdadeiros especialistas em Jornalismo Econômico. O conteúdo deste Curso permite aprender todos os aspectos das diferentes disciplinas em com esta área, sendo muito completo e estruturado com os mais altos padrões de qualidade.





Blatter a regeneración mundial

elegerá a su sustituto al frente del mandato "no tiene todo el apoyo"

El ex presidente de la FIFA, Joseph S. Blatter, anunció su intención de no presentarse a las elecciones para su reelección en 2015. Blatter, de 75 años, ha sido el líder de la FIFA durante 12 años. Su mandato ha sido marcado por la corrupción y el escándalo de los sobornos. Blatter ha sido criticado por su falta de transparencia y su falta de comunicación con los aficionados. Su sucesor será elegido en mayo de 2015.

PROTECTOR NARANJA
AS ELEGIDO BIEN.

El juez José Vilella amplió ayer el plazo para la comparecencia sobre el caso de corrupción del PP en la Comunidad de Madrid a los cinco miembros de la comisión de investigación. La juez Vilella (Barcelona) y el juez Vilella (Barcelona). El juez Vilella (Barcelona) y el juez Vilella (Barcelona).

El empleo se dispara con más de 200.000 nuevos afiliados

La mejora laboral se acelera. En mayo la afiliación a la Seguridad Social creció en 133.000 personas, lo que supone un récord histórico. El número de afiliados en mayo fue de 11.190.000 personas. El número de afiliados en mayo fue de 11.190.000 personas.

400 desaparecidos en un naufragio en China
Los equipos de rescate chinos localizaron ayer a más de 400 desaparecidos en el naufragio de un crucero en el mar del Sur de China.



«HAY QUE DEFENDER LOS VALORES DE EUROPA CON DETERMINACIÓN»

Los Reyes agradecen la «potencia y grandeza» con que Francia los ha recibido en visita de Estado y recuerdan que «cuando actuamos en estrecho entendimiento impulsamos mejor el progreso»

PROBLEMAS DE ERECCIÓN?
Terapia de Dedas
Estimula la generación de vasos sanguíneos en la zona.
No invasivo e indoloro.
Llama al 902 007 000

diálogo con Ciudadanos

Rivera trasladó a PP las propuestas de las organizaciones locales para las elecciones municipales y autonómicas

Blatter deja la FIFA cuatro días después de su reelección

El escándalo de los sobornos agrava el aislamiento mundial del mandatario deportivo



omista.es
Hacienda ataca a los que no fueron a la asistencia

El ministro de Economía
Europa y el FMI negociarán como una sola voz con Grecia

MA
Smartwatch



Um programa de ensino completo, estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientado para uma aprendizagem efetiva e rápida, compatível com sua vida pessoal e profissional"

Módulo 1. Jornalismo Econômico

- 1.1. Panorama atual do Jornalismo Econômico
 - 1.1.1. Determinantes estruturais
 - 1.1.2. Rotinas profissionais
 - 1.1.3. Meio tecnológico
- 1.2. Conceitos importantes do Jornalismo Econômico
 - 1.2.1. O que é o Jornalismo Especializado?
 - 1.2.2. Ramos do jornalismo especializado
 - 1.2.3. Jornalismo Econômico
- 1.3. Origem da especialização jornalística. Jornalismo Econômico
 - 1.3.1. Saturação da mídia de informações generalistas
 - 1.3.2. Crise de leitores da imprensa escrita
 - 1.3.3. Fragmentação do público de massa
- 1.4. Surgimento de publicações especializadas
 - 1.4.1. Perspectiva histórica
 - 1.4.2. Cabeçalhos principais
 - 1.4.3. Incorporação de especialistas em redações gerais
- 1.5. Novas funções da mídia de comunicação tradicional
 - 1.5.1. Informação de qualidade
 - 1.5.2. Os meios de referência
 - 1.5.3. *Slow Journalism*
- 1.6. Capacidade da informação jornalística para transmitir conhecimento especializado
- 1.7. Níveis de especialização na Imprensa Econômica
 - 1.7.1. Jornalismo Econômico em publicações generalistas
 - 1.7.2. Imprensa especializada
 - 1.7.3. Jornalismo Econômico no rádio e na televisão
- 1.8. O exercício do Jornalismo Econômico
 - 1.8.1. Principais gêneros jornalísticos
 - 1.8.2. Publicações de referência em Jornalismo Econômico no mundo
 - 1.8.3. Publicações de referência em Jornalismo Econômico na Espanha

- 1.9. Dificuldades de comunicação entre jornalistas e especialistas. Mudança de papéis na relação com as fontes de informação
 - 1.9.1. Tipologia das fontes de informação
 - 1.9.2. Fontes primárias para Jornalismo Econômico
 - 1.9.3. Relações com gabinetes de comunicação
- 1.10. Perspectivas futuras do Jornalismo Econômico
 - 1.10.1. O mercado da informação
 - 1.10.2. Necessidade de especialização
 - 1.10.3. As oportunidades de emprego

Módulo 2. Jornalismo Econômico em revistas especializadas

- 2.1. Informações econômicas em revistas especializadas
 - 2.1.1. Boom da informação econômica e empresarial: papel do Jornalismo Econômico
 - 2.1.2. O que são revistas especializadas: classificação?
 - 2.1.3. Principais revistas de economia e negócios da Espanha
- 2.2. Tratamento das informações econômicas em revistas especializadas
 - 2.2.1. Quais são os principais temas de interesse?
 - 2.2.2. Estrutura da informação: reportagens, entrevistas, notícias e fóruns/assinaturas
 - 2.2.3. Chaves no uso de termos econômicos e recursos gráficos
- 2.3. Como preparar informações econômicas para divulgação em revista especializada
 - 2.3.1. Reportagens
 - 2.3.2. Entrevistas: perguntas-chave
 - 2.3.3. Notícias com maior impacto
- 2.4. Revistas especializadas vs. Mídia geral e digital
 - 2.4.1. Vantagens e desvantagens no tratamento da informação
 - 2.4.2. Chaves para a sobrevivência do papel na era digital
 - 2.4.3. Fidelização e aquisição de novos leitores
- 2.5. Principais fontes do Jornalismo Econômico
 - 2.5.1. Administração pública
 - 2.5.2. Câmaras de comércio
 - 2.5.3. Empresas e associações

- 2.6. Setores econômicos na imprensa especializada
 - 2.6.1. Setor primário
 - 2.6.2. Indústria
 - 2.6.3. Serviços
 - 2.7. Relacionamento das empresas com revistas especializadas em Economia
 - 2.7.1. Por que as empresas precisam se comunicar
 - 2.7.2. Vantagens da comunicação corporativa
 - 2.7.3. Que tipo de informação você está interessado em comunicar às empresas?
 - 2.8. Como os diferentes ciclos econômicos afetam as revistas especializadas em economia
 - 2.8.1. Impactos na propaganda
 - 2.8.2. Impactos na informação
 - 2.8.3. Recursos para sobreviver em tempos de crise
 - 2.9. Como funciona a revista especializada em Jornalismo Econômico
 - 2.9.1. *Staff* e funções do modelo
 - 2.9.2. Perfil da mídia e público-alvo
 - 2.9.3. Questões de interesse
 - 2.10. Atividades complementares e *Networking*
 - 2.10.1. Prêmios
 - 2.10.2. Redação de mesas e conferências
 - 2.10.3. Monográficos
- Módulo 3. Jornalismo Econômico nos meios audiovisuais**
- 3.1. A informação econômica nos diferentes meios audiovisuais
 - 3.1.1. Informações econômicas na televisão, rádio e internet
 - 3.1.2. Formatos e chaves no uso da linguagem
 - 3.1.3. Quais notícias econômicas são de interesse
 - 3.1.4. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.2. Informações econômicas na televisão: o relatório
 - 3.2.1. Novidades nas notícias
 - 3.2.2. Ao vivo nas notícias
 - 3.2.3. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.3. Informações econômicas na televisão: a revista
 - 3.3.1. Reportagens no programa da revista
 - 3.3.2. Ao vivo no programa da revista
 - 3.3.3. Ao vivo
 - 3.3.4. Ao vivo coment revista
 - 3.3.5. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.4. Outros formatos para informar sobre a economia na televisão
 - 3.4.1. Reportagem detalhado
 - 3.4.2. Filas
 - 3.4.3. Filas + Total
 - 3.4.4. Bateria de totais
 - 3.4.5. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.5. Presença da informação econômica no rádio
 - 3.5.1. Mídias e programas de referência
 - 3.5.2. Como é elaborada a peça de informação econômica para o rádio
 - 3.5.3. A importância de uma locução correta
 - 3.5.4. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.6. Jornalismo Econômico na Internet
 - 3.6.1. Portais financeiros e jornais digitais especializados
 - 3.6.2. A redação de notícias econômicas no ambiente online
 - 3.6.3. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.7. Jornalismo Econômico a serviço das empresas
 - 3.7.1. Marketing de conteúdo e páginas especializadas
 - 3.7.2. O caso do Infoautonomous
 - 3.7.3. Informações econômicas e *Branded Content: Webinars* e e-Books
 - 3.7.4. Bibliografia e “webgrafia”
 - 3.8. A redação de informações econômicas de acordo com SEO
 - 3.8.1. A importância das *Keywords*
 - 3.8.2. Ferramentas que vão facilitar sua vida
 - 3.8.3. Bibliografia e “webgrafia”

- 3.9. Turismo como motor de informação econômica I
 - 3.9.1. Fatos e números que demonstram sua proximidade
 - 3.9.2. Quais dados do setor chegam à mídia audiovisual
 - 3.9.3. Como as informações econômicas do setor de turismo são transmitidas
 - 3.9.4. Bibliografia e “webgrafia”
- 3.10. Turismo como motor de informação econômica II
 - 3.10.1. O monumento de La Alhambra como gerador de informações econômicas
 - 3.10.2. Sierra Nevada e seus números
 - 3.10.3. Bibliografia e “webgrafia”

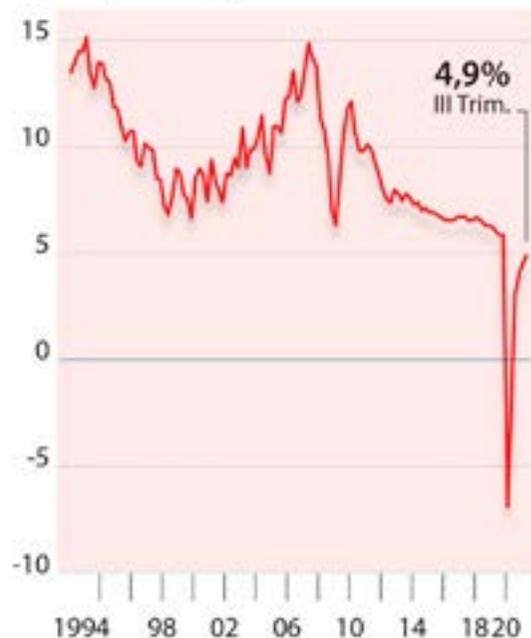
Módulo 4. Jornalismo Econômico em jornal local

- 4.1. Economia em um ambiente local
 - 4.1.1. Quais informações econômicas você está interessado em um jornal local?
 - 4.1.2. O problema dos juros: ser preciso e acessível
 - 4.1.3. Que peso tem a informação econômica num jornal local?
- 4.2. O jornalista de economia em uma mídia local
 - 4.2.1. Quem é responsável pela preparação da informação econômica?
 - 4.2.2. As vantagens do jornalista local na área de economia
 - 4.2.3. Ameaças do jornalista local
- 4.3. Jornalismo local em crise
 - 4.3.1. O que consideramos uma crise e como ela condiciona a informação?
 - 4.3.2. A crise econômica de 2008
 - 4.3.3. A COVID-19 e sua difusão
- 4.4. Eventos locais e a economia
 - 4.4.1. A economia para medir o sucesso de um evento
 - 4.4.2. Carnaval de Cádiz como exemplo de economia de festas
 - 4.4.3. La Motorada, quando a economia supera o evento
- 4.5. Conflitos trabalhistas e repercussão midiática na imprensa econômica
 - 4.5.1. As mobilizações dos trabalhadores
 - 4.5.2. Demissões
 - 4.5.3. A posição do jornalista

La recuperación del gigante asiático

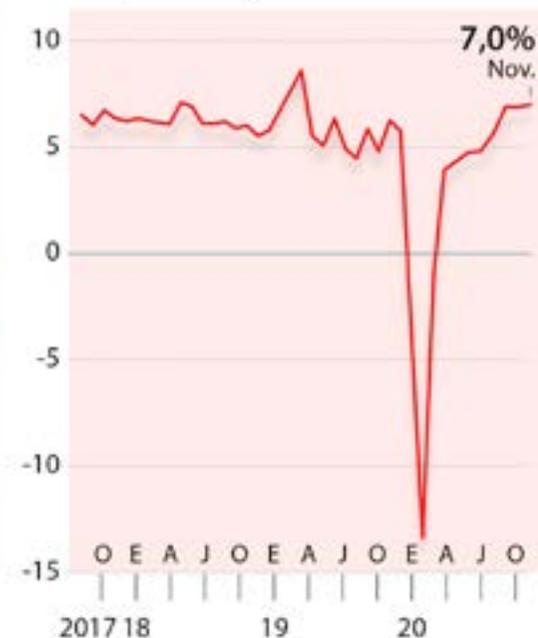
Evolución del PIB

En porcentaje. Variación trimestral



Producción industrial

En porcentaje



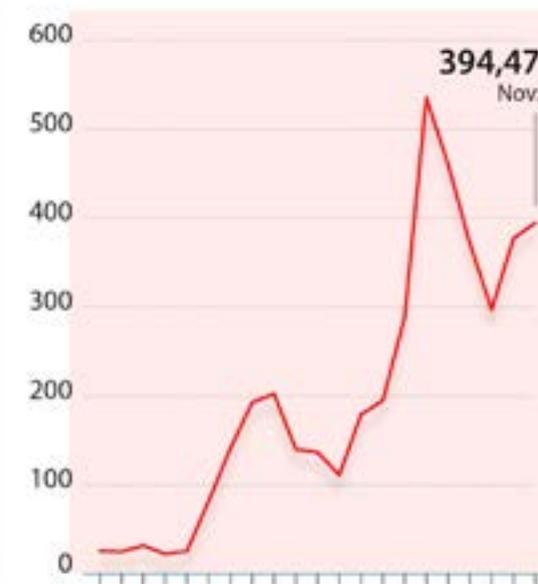
Ventas al por menor

En porcentaje



Balanza comercial

En miles de millones de euros



- 4.6. A relação do jornalista com as empresas
 - 4.6.1. Anunciantes e “contra-anunciantes”
 - 4.6.2. Interesse da empresa contra o interesse do leitor
 - 4.6.3. Gabinetes voltam a condicionar
 - 4.7. Grandes empresas e seu reflexo na imprensa econômica
 - 4.7.1. O que torna uma empresa excelente?
 - 4.7.2. Navantia, história do setor
 - 4.7.3. Airbus, a esperança
 - 4.8. Interlocutores econômicos no jornalismo local
 - 4.8.1. Empresários
 - 4.8.2. Sindicatos
 - 4.8.3. Políticos
 - 4.9. Greve Informação vs. Propaganda
 - 4.9.1. Números e histórias na imprensa local
 - 4.9.2. A importância do contexto
 - 4.9.3. A informação contra a propaganda
 - 4.10. A Economia num jornal fora do jornal
 - 4.10.1. Suplementos como alternativa
 - 4.10.2. Os eventos
 - 4.10.3. Estar no jornal sem aparecer
- Módulo 5. Jornalismo Econômico em meios estrangeiros**
- 5.1. Informação Econômica em meios estrangeiros
 - 5.1.1. Quais informações econômicas interessam ao estrangeiro?
 - 5.1.2. Que peso tem a informação econômica estrangeira?
 - 5.1.3. A importância de se conectar com a economia local
 - 5.2. O correspondente e o Jornalismo Econômico estrangeiro
 - 5.2.1. O trabalho do correspondente no campo econômico
 - 5.2.1.1. Agências de Notícias
 - 5.2.1.2. Os desafios do correspondente no campo econômico
 - 5.3. A necessidade de contexto para a preparação de notícias econômicas estrangeiras
 - 5.3.1. Padrão de vida e mercado de trabalho
 - 5.3.2. Os dados econômicos de referência
 - 5.3.3. Espanha na Europa
 - 5.4. A evolução do Jornalismo Econômico na mídia estrangeira desde 2000
 - 5.4.1. O “milagre” econômico
 - 5.4.1.1. A crise econômica
 - 5.4.1.2. COVID-19
 - 5.5. Grandes empresas e presença da mídia no noticiário econômico estrangeiro
 - 5.5.1. As empresas espanholas mais seguidas
 - 5.5.1.1. Empresas francesas presentes na Espanha
 - 5.5.1.2. O *Startup Hub* de Barcelona
 - 5.6. A busca por novos modelos e difusão na mídia estrangeira
 - 5.6.1. Espanha, modelo de inovação
 - 5.6.2. Turismo, o motor econômico da Espanha
 - 5.6.3. A importância da família, amortizadora das crises
 - 5.7. Quando a economia explica a política. Difusão em mídia estrangeira
 - 5.7.1. A crise econômica e sua leitura política
 - 5.7.2. O sistema territorial espanhol e as competências do CCAA
 - 5.7.3. O conflito catalão
 - 5.8. Falhas de sistema e influência da mídia na imprensa estrangeira
 - 5.8.1. A economia clandestina
 - 5.8.2. Corrupção e portas giratórias
 - 5.8.3. O caso dos atrasos na ajuda durante a crise da COVID-19
 - 5.9. Os interlocutores como fontes de informação do Jornalismo Econômico
 - 5.9.1. Administrações
 - 5.9.2. Empresas
 - 5.9.3. Sindicatos
 - 5.10. Ferramentas de informação econômica para mídia estrangeira
 - 5.10.1. A rede de contatos
 - 5.10.2. Informações econômicas nacionais e locais
 - 5.10.3. Vida cotidiana

Módulo 6 . Jornalismo Econômico e Notariado

- 6.1. A atividade como garantia de segurança jurídica e econômica
 - 6.1.1. Cartório como serviço público e garante da legalidade nos negócios jurídicos extrajudiciais
 - 6.1.2. Fé pública e segurança jurídica preventiva em processos econômicos
 - 6.1.3. Prevenção do branqueamento de capitais e combate à fraude fiscal junto do Organismo Centralizado de Prevenção do Branqueamento do Cartório
- 6.2. Dia a dia na assessoria de imprensa de um Colégio Notarial. Processamento e divulgação de informação econômica
 - 6.2.1. introdução e organização
 - 6.2.2. Processamento e gerenciamento de conteúdo
 - 6.2.3. Processamento e divulgação de informação econômica
- 6.3. A importância das novas tecnologias na profissão notarial na seção de economia
 - 6.3.1. Novo portal digital do cidadão e assinatura eletrônica
 - 6.3.2. Departamento de mídias sociais e uso profissional de redes sociais
 - 6.3.3. Manutenção de conteúdo do site
- 6.4. Relacionamento com a imprensa. Notícias notariais na seção de economia
 - 6.4.1. Comunicados de imprensa, conferências de imprensa e gestão de entrevistas à mídia
 - 6.4.2. Notícias notariais na seção de economia
 - 6.4.3. Informações em mídia especializada em economia
- 6.5. Dados notariais de interesse nas seções de economia da Mídia (MMC):
 - 6.5.1. Compra e venda de imóveis
 - 6.5.2. Empréstimo hipotecário
 - 6.5.3. Constituição das sociedades
- 6.6. Tratamento especial dos dados sobre a venda de casas por estrangeiros na seção de economia
 - 6.6.1. Relatórios sobre a evolução das vendas de casas por cidadãos estrangeiros
 - 6.6.2. Interesse da mídia (MMC) sobre o *Brexit* e suas consequências

- 6.7. A Lei dos Contratos de Crédito Imobiliário. Conceitos-chave para o Jornalista Econômico I
 - 6.7.1. Pontos fundamentais da Lei 6/2019 de 16 de março, sobre Contratos de Crédito Imobiliário e livre escolha do cartório
 - 6.7.2. A defesa do consumidor e o papel notarial na fase pré-contratual do crédito à habitação
 - 6.7.3. Como é que o cartório ajuda os cidadãos na compra de casa?
- 6.8. O cartório na constituição e evolução de uma sociedade. Conceitos-chave para o Jornalista Econômico II
 - 6.8.1. O cartório oferece assessoria jurídica imparcial e gratuita
 - 6.8.2. Constituição de uma empresa em menos de 24 horas
 - 6.8.3. Situações empresariais em que a ajuda de um cartório é importante
- 6.9. Economia e Cartório em congressos e conferências. A seção de economia I
 - 6.9.1. Contato direto com Associações de Consumidores para dar palestras de interesse geral sobre compras, vendas, crédito à habitação, herança etc.
 - 6.9.2. Colaboração notarial em livros de economia e direito comercial, bem como em fóruns e seminários
 - 6.9.3. Convênios com universidades e colaboração com instituições
- 6.10. Situações de crise e atividade notarial. A seção de economia II
 - 6.10.1. Gabinete de crise
 - 6.10.2. O boom urbanístico e a crise de 2008
 - 6.10.3. Atividade notarial durante o estado de alarme contra a COVID-19

Módulo 7. Jornalismo, Economia e Esporte

- 7.1. Esporte profissional, esporte amador e esporte eletrônico. Um negócio macroeconômico
 - 7.1.1. Esporte profissional, um negócio macroeconômico. Transferências e comissões
 - 7.1.2. Interesse da mídia no esporte amador: o caso do futebol feminino
 - 7.1.3. O fenômeno dos eSports
- 7.2. Diferentes modelos de sociedades desportivas. Os impérios esportivos
 - 7.2.1. As sociedades esportivas. O valor do sócio
 - 7.2.2. As sociedades anônimas esportivas. Novos investidores, notoriedade social
 - 7.2.3. Franquias americanas (NBA, MLB, NFL e NHL) e "impérios" esportivos (Red Bull, City Football Group, Pozzo, Duchatelet etc.)

- 7.3. Esporte como espetáculo de massa e socialização Esporte na imprensa econômica I
 - 7.3.1. Os esportes já ignoram fronteiras: NBA, futebol americano (*Superbowl*)
 - 7.3.1.1. Quebra de horário: monitoramento matinal (América) abre mais uma porta
 - 7.3.2. O fenômeno do "museu-estádio"
 - 7.3.3. A COVID-19 esfria a indústria do esporte
- 7.4. A idolatria vende. Esporte na imprensa econômica II
 - 7.4.1. Referentes para consumidores permeáveis: crianças, adolescentes e jovens
 - 7.4.2. Heroes Without Borders: a globalização expande o recrutamento de fãs
 - 7.4.3. As estrelas, polos fundamentais na venda de direitos televisivos
- 7.5. O esporte como pilar das audiências televisivas. Esporte na imprensa econômica III
 - 7.5.1. A força da vida, da emoção e da massa inflamada
 - 7.5.2. Uma atração-chave para implementar plataformas de pagamento
 - 7.5.3. Adeus ao carrossel. Horas estranhas para o torcedor local
- 7.6. Os patrocinadores: *'Quid pro quo'*
 - 7.6.1. Casas de apostas, esse mal necessário para os clubes
 - 7.6.2. O conflito moral entre as casas de apostas e a mídia
 - 7.6.3. Patrocinadores locais, essenciais para a sobrevivência do esporte amador. O compromisso moral do jornalista local
- 7.7. Os grandes impactos esportivos na economia mundial e na imprensa econômica
 - 7.7.1. Jogos Olímpicos e copas do mundo de futebol como turbinas econômicas. O caso de Barcelona 92
 - 7.7.2. A Liga dos Campeões como fonte de riqueza e empoderamento turístico
 - 7.7.3. As leis Bosman e Simutenkov. Paraísos fiscais e particularidades da tributação
- 7.8. A cobertura da mídia molda os novos formatos. Rentabilidade econômica e imprensa
 - 7.8.1. Liga dos Campeões, Liga Europa, Copa Libertadores, Superliga Europeia?
 - 7.8.2. A adaptação do esporte em busca da rentabilidade econômica. A Copa Davis reinventada
 - 7.8.3. Liga das Nações e adeus aos amistosos

- 7.9. O *'Clickbait'* vira o foco para buscar lucratividade
 - 7.9.1. Quando o esporte deixa de ser esporte na mídia
 - 7.9.2. O perigo da exposição em redes sociais
 - 7.9.3. O potencial comercial do lado 'humano' do ídolo
- 7.10. A reinvenção estilística do jornalismo esportivo para captar o público. Repercussão na imprensa econômica
 - 7.10.1. The Bad Receiver: brincando de ser 'Jornalistas'
 - 7.10.2. Ex-atletas como focos para atrair público
 - 7.10.3. A nova linguagem esportiva do formato digital

Módulo 8. Jornalismo Econômico na banca

- 8.1. O setor da poupança através da história do CECA
 - 8.1.1. As origens em 1928
 - 8.1.2. O tempo de expansão
 - 8.1.3. A reestruturação do setor
- 8.2. A importância do regulamento
 - 8.2.1. Por que um setor regulado?
 - 8.2.2. Órgãos que nos regulam
 - 8.2.3. Impacto da regulação na atividade
- 8.3. Obra social. Nossa marca registrada
 - 8.3.1. O que é e como se divulga?
 - 8.3.2. Principais cifras e atores
 - 8.3.3. Ações em destaque
- 8.4. Educação financeira. Uma competição necessária em 2021
 - 8.4.1. Importância da educação financeira na sociedade
 - 8.4.2. Principais cifras e atores
 - 8.4.3. Ações em destaque
- 8.5. Como interpretar um balanço
 - 8.5.1. Componentes dos estados financeiros
 - 8.5.2. Como interpretar dados
 - 8.5.3. Dados agregados do setor

- 8.6. Redes sociais: um elemento fundamental para a comunicação digital de uma associação
 - 8.6.1. Estratégias de comunicação das associações nas redes sociais
 - 8.6.2. Os perfis da associação CECA nas redes sociais
 - 8.6.3. Gerar tráfego na web
 - 8.7. Perfis nas redes sociais
 - 8.7.1. Perfis de associação
 - 8.7.2. Programação de conteúdo
 - 8.7.3. Conteúdo que funciona melhor
 - 8.8. Emissão de um comunicado de imprensa
 - 8.8.1. Fato interessante
 - 8.8.2. Seleção da mídia e envio da nota
 - 8.8.3. Medição de impacto
 - 8.9. *Briefing* com jornalistas: divulgação de um relatório setorial
 - 8.9.1. Extração das mensagens principais
 - 8.9.2. Seleção do formato de transmissão
 - 8.9.3. Chamada para a mídia
 - 8.9.4. Medição de impacto
 - 8.10. Como executar uma campanha de conteúdo patrocinado
 - 8.10.1. Mensagens para mover. Importância da narrativa
 - 8.10.2. Seleção do Público-Alvo
- 9.3. Organizações pesqueiras e sua relação com a imprensa econômica
 - 9.3.1. Os Grupos de Ação Local do Setor das Pescas (GALP)
 - 9.3.2. Federação Nacional dos Associados de Pescadores (FNCP)
 - 9.3.3. Confederação Espanhola de Pesca (CEPESCA)
 - 9.4. Federação Nacional dos Associados de Pescadores (FNCP). Ferramentas de divulgação na imprensa econômica
 - 9.4.1. Criação de uma gabinete de comunicação
 - 9.4.2. Estratégia informativa
 - 9.4.3. Meios e ferramentas de divulgação
 - 9.5. O setor pesqueiro em tempos de pandemia. Difusão na seção de economia
 - 9.5.1. Setor de primeira necessidade
 - 9.5.2. EPI e medidas de segurança
 - 9.5.3. Impacto midiático
 - 9.6. Produtos de pesca e saúde. Difusão na seção de economia
 - 9.6.1. Divulgação e promoção dos produtos da pesca
 - 9.6.2. Influência das notícias nas tendências sociais
 - 9.6.3. Projetos e subsídios
 - 9.7. Notícias dos setores da pesca em revistas especializadas em economia
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. Revista Ruta Pesquera
 - 9.7.3. Revista Mar
 - 9.8. Notícias dos setor pesqueiro na imprensa econômica
 - 9.8.1. Imprensa
 - 9.8.2. Rádio
 - 9.8.3. Televisão
 - 9.9. As notícias da Federação Nacional de Associações de Pescadores da Espanha na imprensa econômica
 - 9.9.1. Temas informativos
 - 9.9.2. Presença mediática no rádio e na televisão
 - 9.9.3. Impacto sobre imprensa e imprensa digital
 - 9.10. Terminologia de pesca para jornalistas econômicos
 - 9.10.1. Linguagem especializada
 - 9.10.2. Alguns exemplos de notícias do setor pesqueiro com terminologia especializada
 - 9.10.3. Terminologia
- Módulo 9. Jornalismo econômico e setor primário. O setor pesqueiro na imprensa econômica**
- 9.1. Economia circular e a mídia
 - 9.1.1. Conceito de Informação Econômica
 - 9.1.2. Economia circular
 - 9.1.3. Promover a economia circular
 - 9.2. Pesca, economia e comunicação na imprensa econômica
 - 9.2.1. Impacto socioeconômico do setor pesqueiro
 - 9.2.2. Preocupação social com os recursos naturais
 - 9.2.3. Pesca sustentável
 - 9.2.4. Lixo marinho
 - 9.2.5. Divulgação para conscientização social

Módulo 10. Conceitos e terminologia de economia e negócios

- 10.1. Economia geral para jornalistas econômicos I
 - 10.1.1. Macroeconomia
 - 10.1.2. Microeconomia
 - 10.1.3. Economia internacional
- 10.2. Economia e estrutura de mercado. Economia geral para jornalistas econômicos II
 - 10.2.1. Compradores e demanda
 - 10.2.2. Vendedores e oferta
 - 10.2.3. Redes e outras estruturas
- 10.3. Organização, empresas e sociedades. Fontes de informação do Jornalismo Econômico I
 - 10.3.1. Organização como entidade
 - 10.3.2. Empresa, marca e ambiente
 - 10.3.3. Formas jurídicas de empresas
- 10.4. Outras estruturas organizacionais como fontes de informação para o jornalista econômico II
 - 10.4.1. Grupos empresariais
 - 10.4.2. Fundações
 - 10.4.3. Cadeias de valor
- 10.5. Empresa e estratégia. Conceitos-chave em Jornalismo Econômico I
 - 10.5.1. Planejamento e Estratégia
 - 10.5.2. Estratégias genéricas e tradicionais
 - 10.5.3. Novas estratégias da empresa
- 10.6. Mercados e finanças. Conceitos-chave em Jornalismo Econômico II
 - 10.6.1. Mercado de ações cotadas
 - 10.6.2. Análise fundamental e análise técnica
 - 10.6.3. Futuros, opções e outros derivados financeiros
 - 10.6.4. Mercado Financeiros Internacionais
- 10.7. Gestão financeira I
 - 10.7.1. Fontes de financiamento
 - 10.7.2. Estrutura financeira empresarial
 - 10.7.3. Financiabilidade, solvência e liquidez
 - 10.7.4. Cobranças e pagamentos
- 10.8. Contabilidade e negócios: contabilidade financeira e dados informativos II
 - 10.8.1. Plano Geral de Contabilidade
 - 10.8.2. Estrutura contábil
 - 10.8.3. Quadro de contas
- 10.9. Contabilidade e negócios: contabilidade interna e notícias econômicas III
 - 10.9.1. Contabilidade interna
 - 10.9.2. Cálculo do valor
 - 10.9.3. Gestão de estoque
 - 10.9.4. Estrutura de custos
 - 10.9.5. Análise do ponto de equilíbrio
- 10.10. Terminologia-chave para jornalistas econômicos
 - 10.10.1. Introdução
 - 10.10.2. Confusões frequentes
 - 10.10.3. Glossário de termos



*Um programa de estudos completo,
que lhe proporcionará o conhecimento
necessário para estar entre os melhores"*

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação.

Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

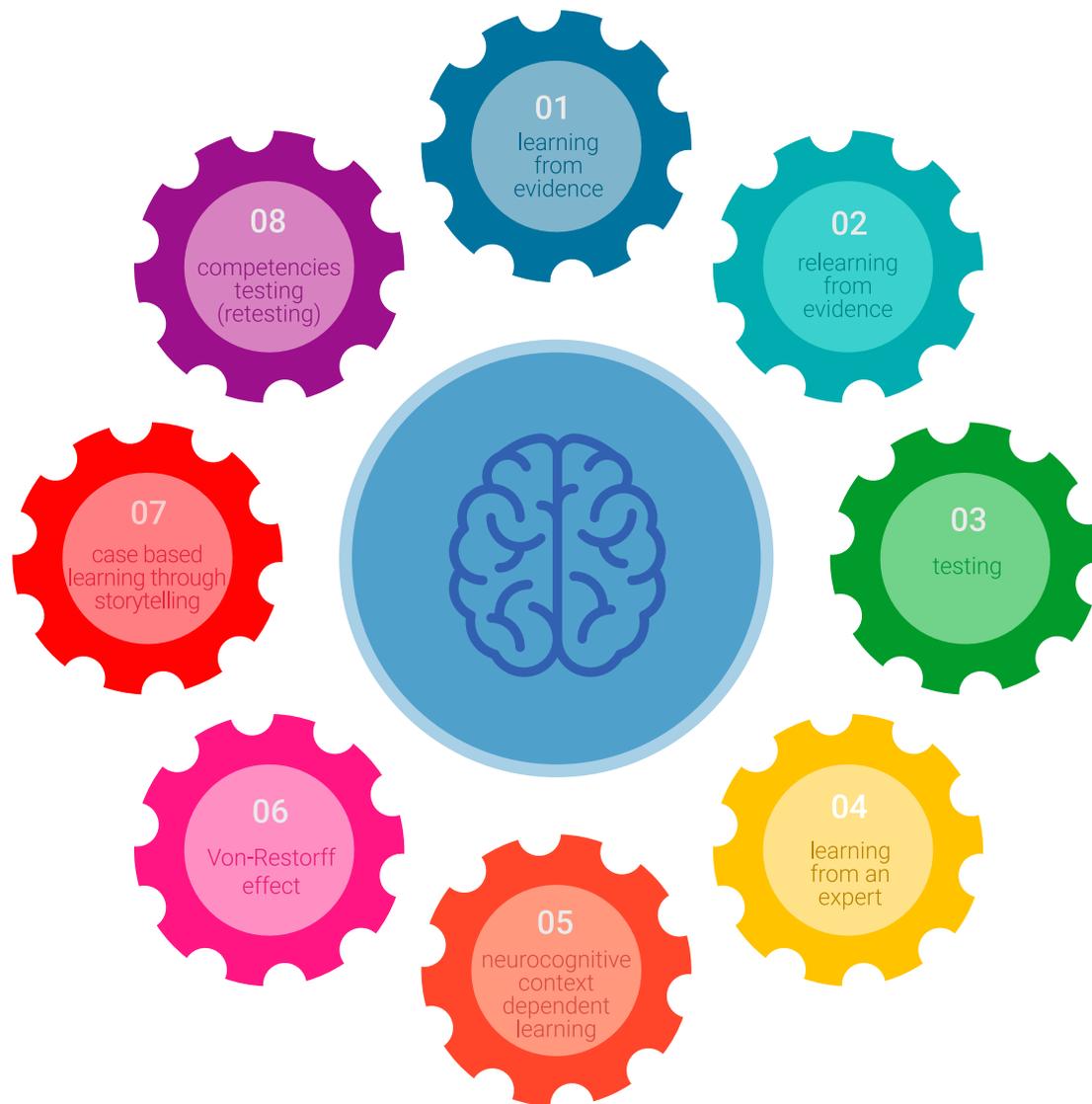
A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

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

Na TECH o aluno aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os diretores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



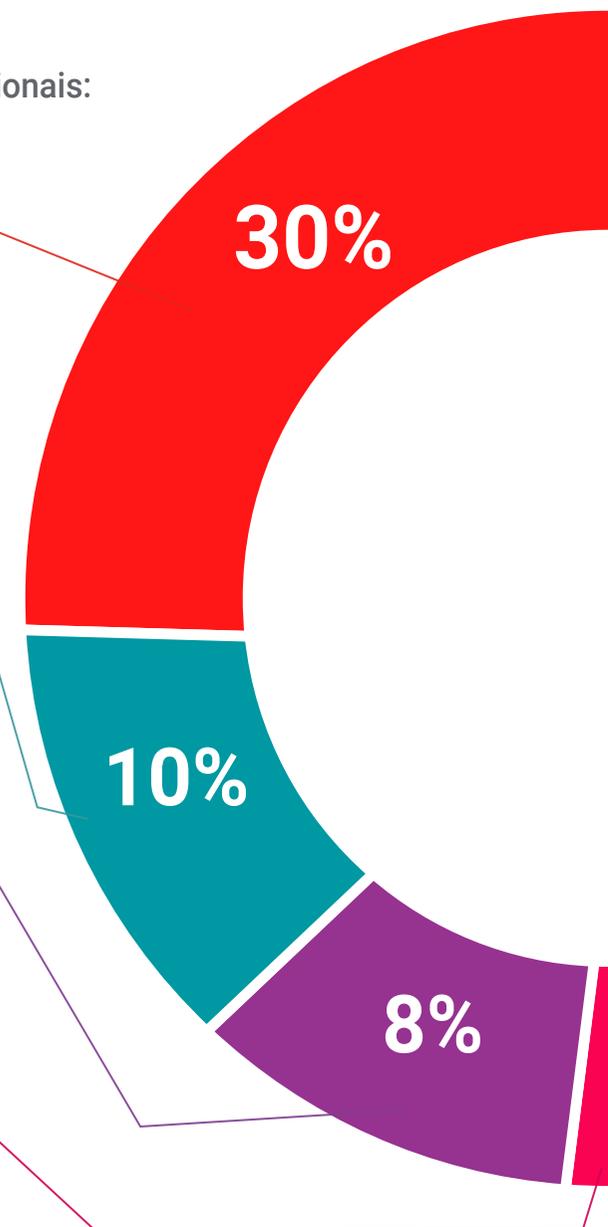
Práticas de habilidades e competências

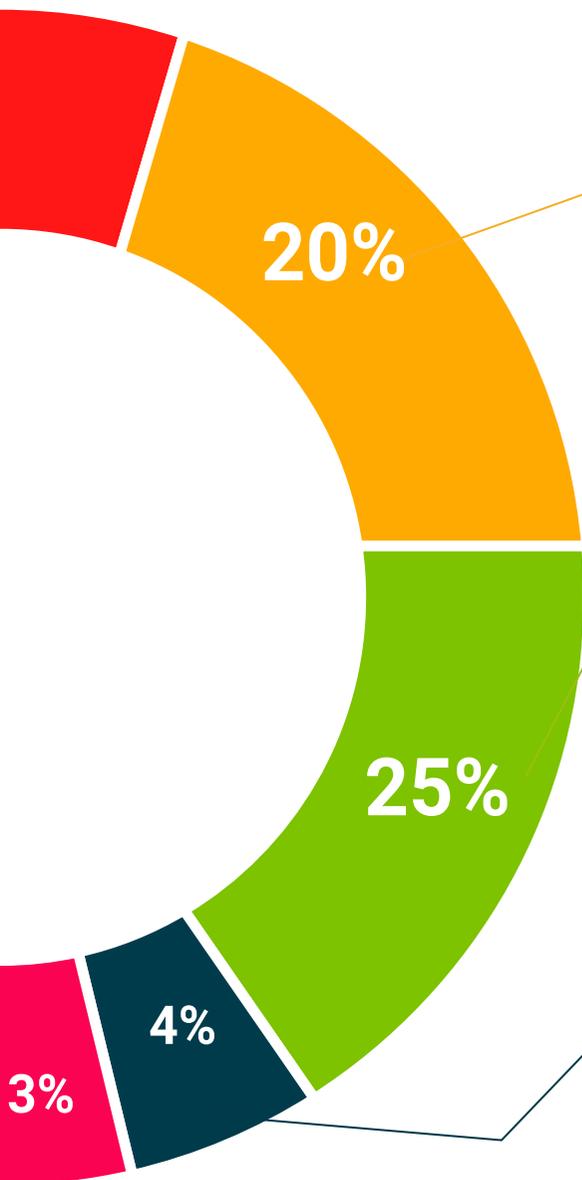
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

Certificado

O Mestrado Próprio em Jornalismo Econômico garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio em Jornalismo Econômico** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

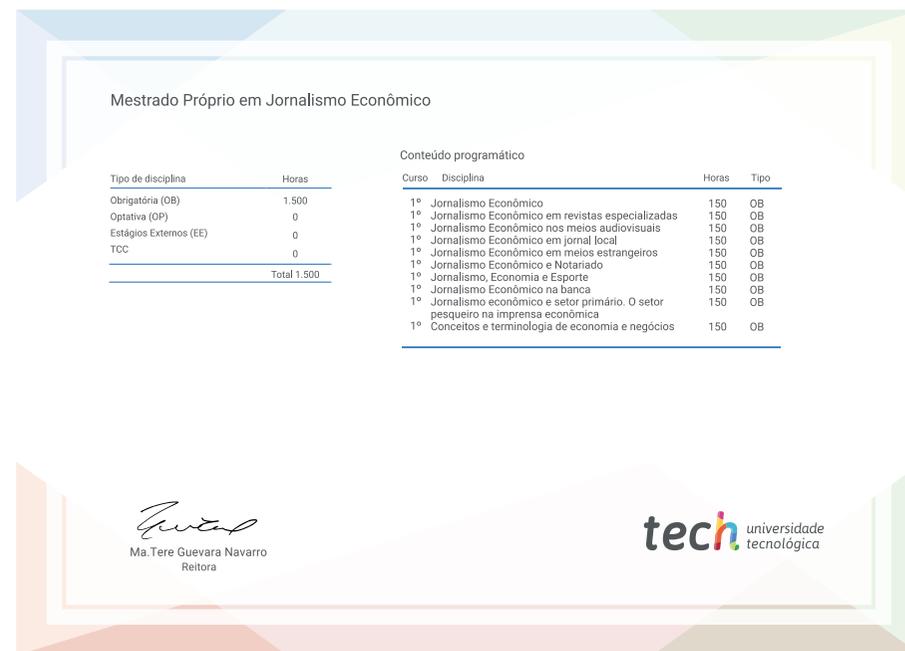
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio em Jornalismo Econômico, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio em Jornalismo Econômico**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que 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 compromisso
atenção personalizada
conhecimento inováveis
presente qualidade
desenvolvimento sustentável

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio Jornalismo Econômico

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

Jornalismo Econômico

