

# Mestrado Próprio

## Jornalismo Multimídia





## Mestrado Próprio

### Jornalismo Multimídia

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Global University
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-jornalismo-multimedia](http://www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-jornalismo-multimedia)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competências

---

*pág. 14*

04

Direção do curso

---

*pág. 18*

05

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 22*

06

Metodologia

---

*pág. 36*

07

Certificado

---

*pág. 44*

# 01

# Apresentação

O desenvolvimento digital e a evolução das TICs permitiram que áreas como o jornalismo pudessem implementar estratégias de comunicação cada vez mais sofisticadas e modernas em sua prática diária, capazes de alcançar um maior público de forma imediata. Além disso, a possibilidade de incluir material audiovisual no conteúdo informativo acrescenta dinamismo ao produto comunicativo, tornando-o mais atraente e permitindo que o consumidor contextualize melhor o que está vendo. Tomando como referência o impulso que experimentou na última década, bem como sua capacidade de reinvenção de acordo com as tecnologias atuais, a TECH desenvolveu um programa de estudos completo que inclui todas as novidades deste setor. Através de 1.500 horas de capacitação teórica e prática 100% online, especialistas em informação poderão aperfeiçoar suas habilidades profissionais na gestão de ferramentas digitais e no uso das estratégias jornalísticas mais vanguardistas e inovadoras do momento.



“

*Você gostaria de se reinventar como jornalista adotando as estratégias de comunicação mais inovadoras e vanguardistas? Inscreva-se neste Mestrado Próprio e você o conseguirá em apenas 12 meses"*

A inclusão das mídias sociais na esfera jornalística tem sido um grande avanço para o jornalismo, impulsionado ainda mais pelo desenvolvimento digital e pela evolução das TICs. Como resultado, a comunicação jornalística hoje se caracteriza por sua imediatez e localização, permitindo aos jornalistas compartilhar instantaneamente o que está acontecendo em diferentes partes do mundo. Este desenvolvimento também ajudou a quebrar barreiras pela liberdade de imprensa e pela liberdade de expressão em muitos países, disponibilizando informações de qualidade, abrangentes e atualizadas para um número cada vez maior de pessoas.

A fim de fornecer aos estudantes especializados nesta área as ferramentas necessárias para manter-se atualizados com os novos desenvolvimentos e tendências de comunicação a TECH e sua equipe de especialistas desenvolveram este Mestrado Próprio em Jornalismo Multimídia muito completo e intensivo. Trata-se de um curso 100% online, composto de 1.500 horas de material diverso, com o qual o profissional poderá trabalhar nos aspectos mais relevantes da comunicação digital, redes sociais, jornalismo móvel ou análise e visualização de dados. Você também se aprofundará nas estratégias narrativas mais dinâmicas e atraentes, bem como nas diretrizes para uma gestão ótima e bem-sucedida de projetos de comunicação.

Tudo isso ao longo de 12 meses de capacitação teórica e prática liderada por profissionais da área de jornalismo com uma longa e extensa carreira no setor. Este programa de estudos é uma oportunidade única para aperfeiçoar suas habilidades profissionais na área em expansão do Jornalismo Multimídia, adotando as mais inovadoras diretrizes e técnicas de comunicação para a produção de conteúdo audiovisual que sem dúvida marcará um antes e um depois em sua carreira.

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

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Jornalismo Multimídia
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente úteis fornecem informações práticas sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ♦ Contém 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



*Se você está procurando um programa que o atualizará sobre as tendências das mídias sociais e da narração de histórias em mídias sociais, a TECH lhe dará as soluções para o sucesso com discursos adaptados a cada um deles"*

“

*Impulsione seu lado criativo e comunicativo com um programa que lhe permitirá conhecer em detalhes as tendências jornalísticas que estão atualmente na vanguarda”*

A equipe de professores deste programa inclui profissionais da área, cuja experiência de trabalho é somada nesta capacitação, além de reconhecidos especialistas de instituições e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura desse plano de estudos se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, por meio da qual o estudante deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

*Ao concluir este programa, você poderá criar conteúdos dinâmicos e atrativos, contribuindo para alcançar o mais alto nível no crescente setor de Jornalismo Multimídia.*

*Você está procurando um programa teórico-prático que possa lhe fornecer as ferramentas para realizar um projeto empresarial no campo da informação? Se a resposta for sim, você tem a escolha acadêmica perfeita.*



# 02

# Objetivos

A evolução do jornalismo nos últimos anos ligada a sua adaptabilidade em novas mídias, bem como aos novos métodos de consumo de informação, é o que levou a TECH a desenvolver este Mestrado Próprio. O objetivo é fornecer aos estudantes todo o material acadêmico necessário para se especializarem na área de multimídia através de capacitação teórica e prática adaptada não apenas às suas necessidades, mas também às exigências do setor de comunicação de hoje.





“

*Se seus objetivos incluem lutar por um jornalismo livre e acessível, a TECH lhe dará as diretrizes para quebrar os limites da censura”*

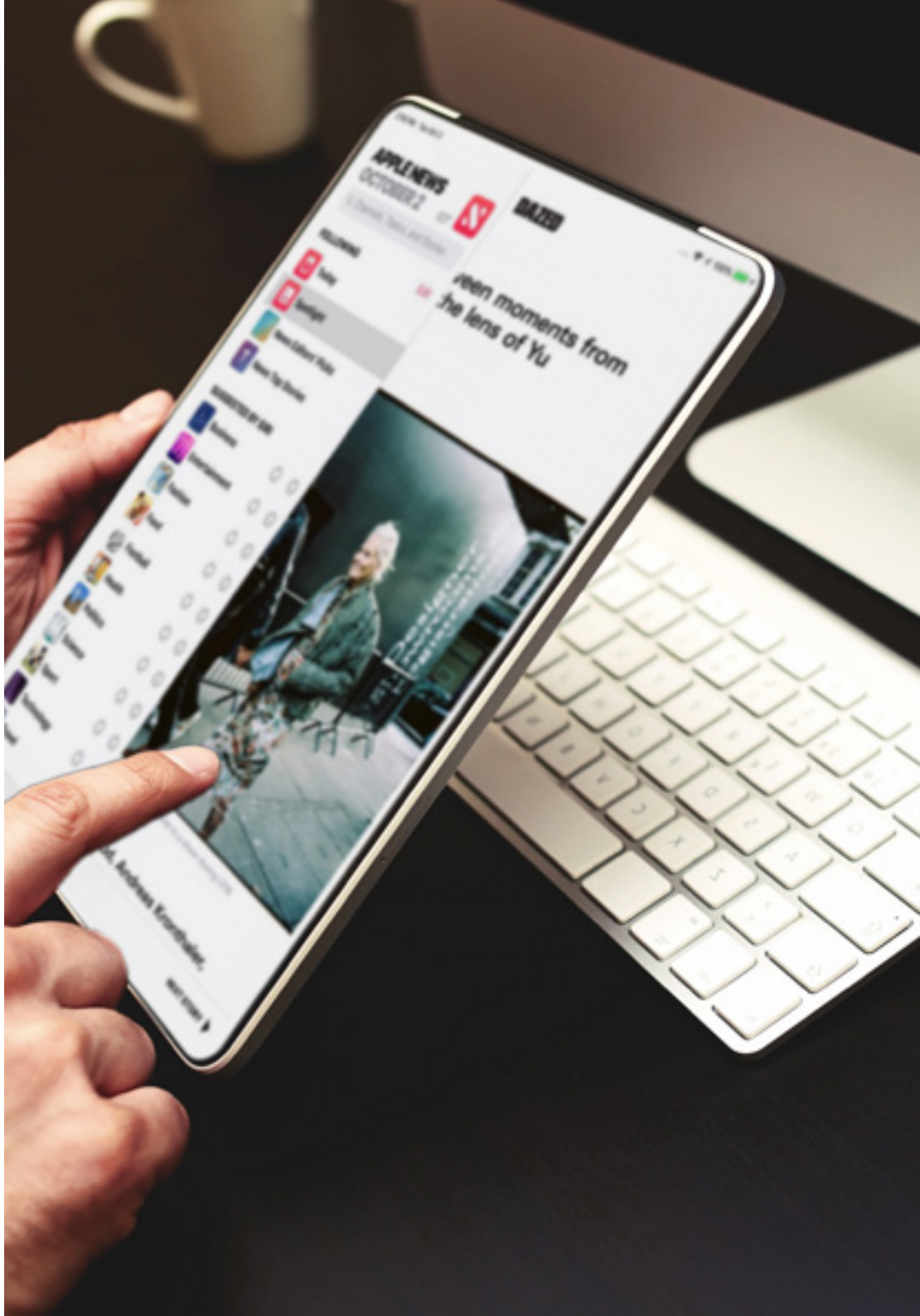


## Objetivos gerais

- ♦ Fornecer capacitação avançada e especializada nas diferentes tecnologias emergentes de informação e comunicação (TIC), nas diferentes tarefas profissionais da atividade jornalística
- ♦ Incorporar as mais avançadas ferramentas tecnológicas e de mídia para alcançar um maior grau de conhecimento e uso especializado dos diferentes suportes audiovisuais e tecnológicos
- ♦ Permitir ao estudante gerar novos modelos e plataformas para a prática profissional, utilizando as técnicas e métodos mais inovadores.
- ♦ Incentivar e promover a análise de diferentes conteúdos jornalísticos especializados e estruturas de informação a fim de ser capaz de abordar e resolver problemas tecnológicos e científicos
- ♦ Fomentar a capacidade de criatividade e inovação na abordagem de projetos de Jornalismo Multimídia
- ♦ Adquirir conhecimento especializado das estruturas e tipologias discursivas da comunicação jornalística que contribuem para moldar as sociedades de hoje



*Um programa que lhe ensinará como gerar valor com seus produtos de informação através das mais inovadoras e avançadas estratégias de criação de conteúdo"*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Comunicação digital e sociedade

- ♦ Analisar a relação entre a sociedade e as redes sociais
- ♦ Definir a sociedade e as redes
- ♦ Entrar em um novo conceito de tempo
- ♦ Estudar a geração digital
- ♦ Explorar a comunicação global
- ♦ Conhecer os modelos de produção jornalística
- ♦ Contemplar os desafios da profissão
- ♦ Analisar os conceitos de prestígio e credibilidade
- ♦ Compreender como funcionam as *fake news*

### Módulo 2. Jornalismo e Social Media

- ♦ Analisar a situação dos jornalistas nas plataformas sociais
- ♦ Examinar a mídia nas plataformas sociais
- ♦ Analisar os perfis midiáticos nas plataformas sociais
- ♦ Conhecer a rede de contatos e o relacionamento com as fontes em ambientes sociais
- ♦ Refletir sobre a ética jornalística na mídia social
- ♦ Aprender as formas de contar histórias em plataformas sociais

### Módulo 3. Jornalismo Móvel

- ♦ Analisar o Mojo
- ♦ Conhecer as ferramentas e *apps* úteis para os jornalistas
- ♦ Aprender a contar histórias em dispositivos móveis
- ♦ Explorar o consumo de informações jornalísticas através de telefones celulares

### Módulo 4. Análise e visualização de dados

- ♦ Conhecer os princípios cognitivos
- ♦ Aprender as técnicas e metodologias de análise de informações
- ♦ Reconhecer as estatísticas descritivas e multivariadas
- ♦ Ser capaz de abordar infográficos
- ♦ Conhecer a tecnologia para a visualização da informação
- ♦ Analisar casos práticos

### Módulo 5. Novas formas narrativas

- ♦ Conhecer o *storytelling* digital
- ♦ Aprender sobre os mecanismos participativos no desenvolvimento da informação
- ♦ Explorar conteúdo multiplataforma
- ♦ Conhecer os projetos de jornalismo transmídia
- ♦ Estudar o jornalismo imersivo e onipresente

### Módulo 6. Ferramentas e recursos digitais

- ♦ Analisar a estrutura tecnológica atual do jornalismo
- ♦ Conhecer as ferramentas para jornalistas digitais

### Módulo 7. Direção de projetos de comunicação digital

- ♦ Compreender as noções básicas de gerenciamento de projetos
- ♦ Estar familiarizado com projetos de comunicação digital em todas as suas fases.

### Módulo 8. Jornalismo de dados

- ♦ Conhecer as principais fontes de informação
- ♦ Aprender os mecanismos de seleção e filtragem de dados

### Módulo 9. Jornalismo investigativo

- ♦ Definir o jornalismo investigativo
- ♦ Avaliar os dados
- ♦ Relembrar as considerações éticas do jornalismo investigativo
- ♦ Aprender a escrever uma reportagem
- ♦ Conhecer os mecanismos para o controle de qualidade

### Módulo 10. Modelos de negócios e empreendedorismo em comunicação digital

- ♦ Conhecer o contexto empresarial no âmbito informativo
- ♦ Aprender os aspectos do empreendimento
- ♦ Descrever a empresa de informação
- ♦ Explorar os modelos de negócios online

### Módulo 11. Público e opinião pública

- ♦ Descrever o público
- ♦ Realizar um debate em torno do conceito de opinião pública
- ♦ Conhecer os diferentes modelos de análise
- ♦ Estudar a nova esfera política

### Módulo 12. Produção Audiovisual e transmídia

- ♦ Descrever a narrativa transmídia
- ♦ Aprender o desenvolvimento de um projeto transmídia
- ♦ Realizar um protótipo de projeto transmídia





### **Módulo 13. Técnicas avançadas de visualização de dados**

- ♦ Compreender técnicas avançadas de análise e visualização de dados
- ♦ Considerar as dificuldades na organização visual da informação de sistemas complexos
- ♦ Usar as ferramentas disponíveis na internet e nos dispositivos móveis

### **Módulo 14. Marketing de conteúdo**

- ♦ Analisar o vínculo entre a mercadotécnica e os conteúdos jornalísticos
- ♦ Estabelecer a importância dos jornalistas serem capazes de criar e distribuir conteúdos relevantes, valiosos e envolventes para os usuários
- ♦ Criar um vínculo entre a marca e do consumidor

“ *Um programa que lhe ensinará como gerar valor com seus produtos de informação através das mais inovadoras e avançadas estratégias de criação de conteúdo*”

# 03

# Competências

A TECH gasta centenas de horas em cada um de seus programas, a fim de adaptá-los às necessidades de seus estudantes e às do setor em que eles estarão trabalhando. Por isso, é possível garantir que o especialista que acessa programas como este Mestrado Próprio em Jornalismo Multimídia poderá aperfeiçoar suas habilidades de comunicação, gestão de recursos de informação e análise de dados, implementando em sua prática as técnicas e estratégias que tiveram os melhores resultados até o momento.



“

*Um programa projetado para você aperfeiçoar suas habilidades de comunicação de forma intensiva e imediata, transformando-o em um jornalista multimídia em apenas 12 meses”*



## Competências gerais

---

- ♦ Aplicar em ambientes novos ou pouco conhecidos, dentro de contextos mais amplos (ou multidisciplinares) os conceitos, princípios, teorias ou modelos relacionados à sua comunicação cultural
- ♦ Elaborar de forma adequada e com certa originalidade redações ou argumentos motivacionais; escrever planos, projetos de trabalho, artigos científicos ou formular hipóteses razoáveis no campo da informação cultural
- ♦ Fazer avaliações, especialmente no campo profissional e acadêmico da cultura e da comunicação, com base em critérios, padrões externos ou reflexões pessoais
- ♦ Apresentar publicamente ideias, procedimentos ou relatórios de pesquisa, transmitindo emoções ou aconselhando indivíduos e organizações, especialmente na área do jornalismo cultural.







### Competências específicas

---

- ♦ Conhecer e analisar as novas linguagens e as novas narrativas do rádio e da televisão na Internet, do vídeo-jornalismo e das redes sociais, assim como as tendências emergentes
- ♦ Planejar e gerar modelos digitais através do conhecimento e uso de software e técnicas aplicadas ao rádio e televisão
- ♦ Avaliar e analisar as funções e a estrutura das informações audiovisuais e multimídia
- ♦ Capacidade de conhecer as novas ferramentas, a produção informativa ou comunicativa, escrita ou multimídia, com base nas novas tecnologias de informação e comunicação, códigos audiovisuais e de informática para o desenvolvimento da mídia e da competência digital
- ♦ Comunicar e informar na linguagem de cada uma das mídias tradicionais (imprensa, fotografia, rádio, televisão), em suas formas combinadas modernas (multimídia) ou novas mídias digitais (internet), através de hipertextualidade

“

*Um Mestrado Próprio que elevará seu talento ao topo do setor jornalístico, aumentando a audiência de sua mídia através da qualidade, originalidade e dinamismo de suas peças jornalísticas”*

# 04

## Direção do curso

A TECH sempre prioriza a capacitação do melhor corpo docente para suas experiências acadêmicas. É por isso que submete seus candidatos a uma análise complexa e exaustiva, a fim de discernir qual deles melhor se adapta ao perfil dinâmico e moderno de ensino que a universidade está procurando. Isto porque considera que, para o estudante, ter o acompanhamento de um profissional da área, caracterizado, além do mais, por suas qualidades humanas, é um incentivo através do qual ele ou ela poderá obter mais da experiência acadêmica.



“

*A equipe de professores participou ativamente na elaboração do conteúdo deste Mestrado Próprio, garantindo um altíssimo nível de especialização e maior qualidade acadêmica"*

## Professores

### Sra. Marta Jiménez Pampliega

- ♦ Designer Instrucional na Global Alumni
- ♦ Comunicação interna no Bankinter
- ♦ Assistente de Som no Cinema da TRECE TV
- ♦ Editor do Departamento de Comunicação Interna e Externa da PwC
- ♦ Graduada em Comunicação Audiovisual e Jornalismo pela Universidade CEU San Pablo
- ♦ Curso de InDesign Nível Profissional pela Universidade CEU San Pablo





“*Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária*”

# 05

## Estrutura e conteúdo

Para o desenvolvimento do programa deste Mestrado Próprio, a TECH e sua equipe de especialistas tiveram que trabalhar intensamente para selecionar as informações, filtrá-las e desenvolvê-las de modo que o estudante possa obter um nível profissional muito alto do curso. Além disso, centenas de horas de material adicional variado (vídeos detalhados, artigos de pesquisa, leituras adicionais, exercícios de autoconhecimento, resumos dinâmicos e muito mais!) foram selecionados para fornecer uma visão personalizada das diferentes seções do plano de estudos. Desta forma, esta universidade garantirá uma capacitação personalizada para cada especialista.





## Módulo 1. Comunicação digital e sociedade

- 1.1. Sociedade -rede x Redes sociais
  - 1.1.1. A sociedade-rede
  - 1.1.2. O poder na sociedade-rede
  - 1.1.3. Autocomunicação e contrapoder
  - 1.1.4. O papel das redes sociais
    - 1.1.4.1. Participação social ativa a partir das redes sociais
    - 1.1.4.2. Privacidade e segurança nas redes
- 1.2. A aceleração do tempo
  - 1.2.1. O imediatismo e a digitalização, protagonistas da Comunicação do século XXI
    - 1.2.1.1. Como chegamos a esta nova paisagem social?
  - 1.2.2. O papel das mídias de massa
  - 1.2.3. O novo papel do jornalismo com o advento da internet
    - 1.2.3.1. A perenidade do jornalismo tradicional
    - 1.2.3.2. Mídias sociais e jornalismo cidadão
- 1.3. Geração digital
  - 1.3.1. Internet e as novas gerações
    - 1.3.1.1. Construir uma identidade através da Internet
  - 1.3.2. Classificação da sociedade digital
    - 1.3.2.1. De acordo com o ano de nascimento
    - 1.3.2.2. A depender se você é um nativo digital ou um imigrante digital
    - 1.3.2.3. A depender se são visitantes ou residentes
  - 1.3.3. Comparação entre as duas gerações nativas digitais mais jovens, Y e Z
- 1.4. Ordem de informação mundial x Comunicação global
  - 1.4.1. A nova ordem mundial da informação (NOMIC)
  - 1.4.2. Teoria da Comunicação Global
    - 1.4.2.1. Robertson: a estrutura atual a partir da globalização
    - 1.4.2.2. Rosenau: a busca de uma noção para uma profunda mudança ontológica
    - 1.4.2.3. Castells: a sociedade da informação e as redes globais
    - 1.4.2.4. Held e companheiros: transformações globais
  - 1.4.3. Conclusões





- 1.5. Modelos de produção jornalística
  - 1.5.1. A produção informativa nos meios de comunicação de massa tradicional
    - 1.5.1.1. Debates sobre a produção informativa e a influência da sociedade
    - 1.5.1.2. Elementos da produção que influenciam a opinião pública: definição de agenda, priming e enquadramento
  - 1.5.2. O novo jornalismo digital
    - 1.5.2.1. Produção jornalística na Internet
    - 1.5.2.2. Os padrões visuais da leitura digital
    - 1.5.2.3. A brevidade como característica dominante da produção digital
    - 1.5.2.4. Como produzir uma notícia para a internet?
    - 1.5.2.5. Links e conteúdo multimídia como elementos informativos
- 1.6. Desafios da profissão
  - 1.6.1. Novo perfil do jornalista digital ou da World Wide Web (WWW)
  - 1.6.2. Primeiro desafio: conhecer o novo perfil do público digital
    - 1.6.2.1. Participação, personalização e análise das redes
    - 1.6.2.2. O reinado do interesse público?
  - 1.6.3. Segundo desafio: por um jornalismo nas redes sociais, o papel do administrador de redes sociais
  - 1.6.4. Terceiro desafio: o novo sistema de fontes jornalísticas
  - 1.6.5. Quarto desafio: O jornalismo em tempo real
    - 1.6.5.1. A simultaneidade
    - 1.6.5.2. O hipertexto
    - 1.6.5.3. A expressividade multimídia
- 1.7. Prestígio e credibilidade
  - 1.7.1. Introdução
  - 1.7.2. Autorregulação
    - 1.7.2.1. Estratégia de autorregulação
    - 1.7.2.2. Mecanismo de regulação
  - 1.7.3. Redefinição do papel do jornalista
    - 1.7.3.1. Crise de credibilidade
    - 1.7.3.2. Desintermediação
    - 1.7.3.3. Da escassez à maldição da abundância
  - 1.7.4. Jornalismo e credibilidade em perspectiva histórica
    - 1.7.4.1. Manipulação e o fim do pacto de cidadãos
  - 1.7.5. A desinformação como uma oportunidade para o jornalismo
  - 1.7.6. Os rostos da credibilidade e do prestígio jornalístico

## Módulo 2. Jornalismo e Social Media

- 2.1. Jornalistas em plataformas sociais
  - 2.1.1. Introdução
  - 2.1.2. Redes sociais, um novo objeto de estudo em Comunicação
    - 2.1.2.1. O novo cenário 2.0
  - 2.1.3. As redes sociais no jornalismo
    - 2.1.3.1. Usuários, conteúdo e fontes jornalísticas
    - 2.1.3.2. A abordagem tripla do jornalismo nas redes sociais
    - 2.1.3.3. O surgimento de livros de estilo para jornalistas
    - 2.1.3.4. Redação jornalística no Facebook
    - 2.1.3.5. Redação jornalística no Twitter
    - 2.1.3.6. Vantagens e desvantagens da escrita jornalística no Facebook e Twitter
  - 2.1.4. Implementação de algumas estratégias digitais na mídia
    - 2.1.4.1. Nacional
    - 2.1.4.2. Internacional
  - 2.1.5. Uso das redes sociais como ferramentas jornalísticas
- 2.2. Meios em plataformas sociais
  - 2.2.1. Os metameios
    - 2.2.1.1. Complexidade das redes sociais
    - 2.2.1.2. Plataformas sociais em empresas de mídia
    - 2.2.1.3. Resultados do Barômetro de Mídia
  - 2.2.2. A integração da mídia espanhola nas redes sociais
    - 2.2.2.1. The New York Times: uma referência para a mídia tradicional
  - 2.2.3. Estratégia de comunicação de mídia em plataformas sociais
    - 2.2.3.1. Aplicação a redes sociais
    - 2.2.3.2. Diagnóstico ou análise prévios
  - 2.2.4. Gestão de contas oficiais em meios de comunicação
    - 2.2.4.1. Modelo de gestão de conteúdo
    - 2.2.4.2. Pautas para a gestão e programação de conteúdos no Facebook e Twitter
    - 2.2.4.3. Perguntas e desafios na gestão das redes

- 2.3. Perfis midiáticos nas plataformas sociais
  - 2.3.1. Introdução: novos perfis jornalísticos emergentes
  - 2.3.2. O responsável pela comunidade na internet
    - 2.3.2.1. Perfis
    - 2.3.2.1. Funções
  - 2.3.3. Jornalista multitarefa/multimídia
    - 2.3.3.1. Funções
    - 2.3.3.2. Perfil de jornalista multimídia interativo
    - 2.3.3.3. Seleção de pessoal: um jornalista multimídia, interativo, versátil e especializado
  - 2.3.4. Jornalismo de dados
    - 2.3.4.1. Capacitação e perfil do jornalista de dados
    - 2.3.4.2. Jornalismo em dispositivo móvel
  - 2.3.5. O desenvolvimento do jornalismo em dispositivo móvel nas plataformas digitais
    - 2.3.5.1. Formatos do jornalismo digital e móvel
- 2.4. A rede de contatos e o relacionamento com as fontes em ambientes sociais
  - 2.4.1. Introdução
  - 2.4.2. Mídias sociais online
    - 2.4.2.1. Conectividade
    - 2.4.2.2. Comunidades online e comunidades off-line
  - 2.4.3. Como aumentar o Networking / comunidade digital?
    - 2.4.3.1. Definição do mercado alvo da mídia/jornalista
    - 2.4.3.2. Personalização da marca
  - 2.4.4. As redes sociais mais utilizadas como fonte de informação jornalística
- 2.5. Ética jornalística e transparência de informação nas redes sociais
  - 2.5.1. Código de ética jornalística
    - 2.5.1.1. Princípios gerais
    - 2.5.1.2. Estatuto
    - 2.5.1.3. Princípios de atuação
  - 2.5.2. Desafios para uma ética de qualidade no novo entorno digital
  - 2.5.3. A dupla exigência ética do jornalismo
    - 2.5.3.1. A transparência como ferramenta para o jornalismo ético
    - 2.5.3.2. A transparência como requisito para o jornalismo ético
  - 2.5.4. Transparência e organizações da mídia
    - 2.5.4.1. De profissionais de informação a gerentes de comunidade na internet
    - 2.5.4.2. Do sigilo à transparência
  - 2.5.5. Plataformas sociais para a transparência da informação
    - 2.5.5.1. Plataforma Wikitribune: jornalismo transparente e colaborativo
    - 2.5.5.2. Plataforma Deba-t.org: transparência na promoção do debate e da discussão pública
- 2.6. Narração de informações nas plataformas sociais
  - 2.6.1. Introdução à narrativa digital
    - 2.6.1.1. Uma nova forma de narrar
    - 2.6.1.2. Linguagem e gêneros na narrativa digital
    - 2.6.1.3. Potencialidades e possibilidades das mídias digitais ou "telas"
  - 2.6.2. A narrativa é identificada com a navegação
    - 2.6.2.1. Singularidades da linguagem jornalística
      - 2.6.2.1.1. Linguagem múltipla
      - 2.6.2.1.2. A correção gramatical
  - 2.6.3. Técnicas de redação: da pirâmide invertida a pirâmide mentirosa
    - 2.6.3.1. Técnicas de redação
  - 2.6.4. Os gêneros do ciberjornalismo

### Módulo 3. Jornalismo Móvel

- 3.1. Jornalismo Móvel
  - 3.1.1. Introdução
    - 3.1.1.1. As novas ferramentas: convergência, divergência e mobilidade
    - 3.1.1.2. Multimídia e narração
      - 3.1.1.2.1. O celular como objeto de uso cotidiano
    - 3.1.1.3. A quarta tela do jornalismo
    - 3.1.1.4. Telefone Celular
    - 3.1.1.5. Smart phone
    - 3.1.1.6. *Tablet*
  - 3.1.2. Os dispositivos móveis: o rádio e a televisão
    - 3.1.2.1. telefone celular
    - 3.1.2.2. Smart phone
    - 3.1.2.3. Tablets
  - 3.1.3. Como distribuir conteúdos? Análise dos 4C (consumidor, comunicação, custo e conveniência)



- 3.2. FO trabalho jornalístico com celular e tablet
  - 3.2.1. Introdução
  - 3.2.2. O que é o jornalismo em dispositivo móvel?
  - 3.2.3. A configuração do jornalismo para as plataformas de notícias
    - 3.2.3.1. Fases de incursão do celular no jornalismo
    - 3.2.3.2. Produção no jornalismo em dispositivo móvel
  - 3.2.4. Jornalismo em dispositivo móvel
    - 3.2.4.1. Desde o profissional de mídia único até o jornalista móvel
    - 3.2.4.2. Configuração do jornalista móvel
  - 3.2.5. Um modelo de jornalismo em dispositivo móvel
- 3.3. Ferramentas e aplicações para a produção de conteúdos jornalísticos
  - 3.3.1. Introdução
    - 3.3.1.1. Principais características na produção do jornalismo em dispositivo móvel
  - 3.3.2. Aplicativos para fazer jornalismo
    - 3.3.2.1. Aplicativos para áudio
      - 3.3.2.1.1. Gravar áudio
      - 3.3.2.1.2. Gravar ligações
      - 3.3.2.1.3. Editar áudio
        - 3.3.2.1.3.1. Emitir áudio em direto
    - 3.3.2.2. Aplicativos para vídeo
      - 3.3.2.2.1. Gravar vídeo
      - 3.3.2.2.2. Editar vídeo
        - 3.3.2.2.2.1. Transmitir vídeo em direto
    - 3.3.2.3. Transmitir vídeo em direto
  - 3.3.3. Outras ferramentas úteis
- 3.4. Estratégias especializadas de narração móvel
  - 3.4.1. Introdução
  - 3.4.2. Novas formas narrativas
    - 3.4.2.1. Narrativa multimídia
    - 3.4.2.2. Narrativa transmídia

- 3.4.3. Estéticas narrativas
  - 3.4.3.1. Repetição
  - 3.4.3.2. A velocidade
  - 3.4.3.3. O excesso
  - 3.4.3.4. O monstruoso
  - 3.4.3.5. O choque
- 3.4.4. Do escritório à mobilidade
  - 3.4.4.1. Ubiquidade
  - 3.4.4.2. Natureza efêmera
  - 3.4.4.3. Instantaneidade
- 3.5. O consumo de informações jornalísticas através de telefones celulares
  - 3.5.1. Introdução
  - 3.5.2. Propriedades de dispositivos móveis x. tradicionais
  - 3.5.3. Uso de notícias em dispositivos digitais
  - 3.5.4. O caminho das notícias
    - 3.5.4.1. É mais um hábito de comportamento jornalístico do que um dispositivo?
    - 3.5.4.2. Os omnívoros de notícias móveis e os chamados fundos de abutres de escritório/laptop
    - 3.5.4.3. Dados demográficos dos usuários no consumo de notícias digitais
  - 3.5.5. Traços e hábitos do consumidor de notícias modernas
    - 3.5.5.1. Adultos jovens
    - 3.5.5.2. Distinções digitais
- 3.6. Aplicativos e serviços de informação jornalística móvel
  - 3.6.1. Introdução
  - 3.6.2. A utilidade atual dos smartphones para os cidadãos e profissionais da informação
  - 3.6.3. Desenvolvimento atual do jornalismo móvel em empresas de mídia
  - 3.6.4. Aplicativos para celulares e geradores de informação cruciais
    - 3.6.4.1. Jornais
    - 3.6.4.2. Rádios
    - 3.6.4.3. Revistas





## Módulo 4. Análise e visualização de dados

- 4.1. Princípios cognitivos: informação, comunicação e conhecimento
  - 4.1.1. Origem da ciência cognitiva
  - 4.1.2. A informação e a comunicação
    - 4.1.2.1. Lasswell: uma aproximação sociológica
    - 4.1.2.2. Shannon e Weaver: uma aproximação cibernética
    - 4.1.2.3. O Modelo Maletzke e a comunicação coletiva
  - 4.1.3. Comunicação
    - 4.1.3.1. Eco, um modelo semiótico de comunicação
    - 4.1.3.2. Sinais e símbolos
  - 4.1.4. A representação ou conhecimento
    - 4.1.4.1. Tipos de representação ou conhecimento
  - 4.1.5. O valor da informação, analisado segundo modelo de Maletzke
    - 4.1.5.1. Considerações gerais
    - 4.1.5.2. A captura e o valor da Informação
    - 4.1.5.3. Regulamento
    - 4.1.5.4. A propriedade e o valor da informação
    - 4.1.5.5. Qualidade dos sistemas de informação
    - 4.1.5.6. Maletzke e os atuais meios de comunicação virtual
- 4.2. Técnicas e metodologias de análise da informação: casos práticos
  - 4.2.1. Introdução
    - 4.2.1.1. Abordagem do conceito de de Jornalismo de Dados ou Jornalismo Computacional
  - 4.2.2. Bases de dados massivos
  - 4.2.3. Metodologia para análise de banco de dados em massa
    - 4.2.3.1. Análise automatizadas de conteúdo
    - 4.2.3.2. Análise automatizada de sentimentos
    - 4.2.3.3. Mineração de dados
    - 4.2.3.4. Aprendizado de máquina
    - 4.2.3.5. Mineração de textos
    - 4.2.3.6. Mineração na rede
  - 4.2.4. Ferramentas utilizadas em jornalismo computacional ou de dados
  - 4.2.5. Estudos de casos internacionais
    - 4.2.5.1. Análise de dados em campanhas eleitorais

- 4.3. Estatísticas descritivas e multivariadas
  - 4.3.1. As variáveis
  - 4.3.2. Estatística descritiva
    - 4.3.2.1. Análise unidimensional
      - 4.3.2.1.1. As frequências
      - 4.3.2.1.2. Representação gráfica das frequências A distribuição
    - 4.3.2.2. Análise bidimensional
      - 4.3.2.2.1. Frequências cruzadas
      - 4.3.2.2.2. Correlação
  - 4.3.3. Estatística multivariante
    - 4.3.3.1. Etapas da pré-análise
      - 4.3.3.1.1. Dados ausentes
    - 4.3.3.2. Verificação de hipóteses da análise multivariada
      - 4.3.3.2.1. Normalidade
      - 4.3.3.2.2. Homoscedasticidade
      - 4.3.3.2.3. Linearidade
  - 4.3.4. Classificação de análise multivariada
  - 4.3.5. Métodos de análise multivariada
    - 4.3.5.1. Correlação canônica
    - 4.3.5.2. Análise fatorial
    - 4.3.5.3. Análise discriminatória
    - 4.3.5.4. Discriminação logística
- 4.4. Introdução à infografia e visualização da informação
  - 4.4.1. Introdução
  - 4.4.2. Detalhamento do conceito de infografia e visualização de informações
    - 4.4.2.1. Da psicologia à infografia
    - 4.4.2.2. Fundamentos do modelo
    - 4.4.2.3. Do design da informação aos infográficos
    - 4.4.2.4. Infografias de estética versus infografias analíticas
  - 4.4.3. Visualização interativa
    - 4.4.3.1. A grande transição: a infografia como ferramenta
    - 4.4.3.2. Qual interação? As três classes
    - 4.4.3.3. Navegação e cenas
    - 4.4.3.4. Multimedialidade
  - 4.4.4. Os infográficos como recursos jornalísticos na imprensa espanhola
    - 4.4.4.1. Aspectos técnicos
  - 4.4.5. cO caso do The New York Times
    - 4.4.5.1. A estrutura das seções de gráficos
    - 4.4.5.2. O processo de trabalho
- 4.5. tecnologia para a visualização da informação
  - 4.5.1. Introdução
  - 4.5.2. Modelos de visualização
  - 4.5.3. Visualização de informação nova
  - 4.5.4. Tecnologias
- 4.6. Casos práticos no âmbito jornalístico
  - 4.6.1. Exemplos de interação e visualização de informação no “jornalismo estruturado”
  - 4.6.2. Design e visualização de informações. Caracterização da mensagem infográfica nos jornais espanhóis (ABC, El Mundo, El País, Público e La voz de Galicia).
  - 4.6.3. Prêmio de melhor trabalho jornalístico de dados 2019

## Módulo 5. Novas formas narrativas

- 5.1. A narração de histórias digitais
  - 5.1.1. O papel das formas narrativas
  - 5.1.2. Valores agregados das novas mídias: instantaneidade, hipertextualidade, interatividade e o protagonismo do leitor
  - 5.1.3. A nova narrativa dos gêneros jornalísticos informativos: elementos da notícia
  - 5.1.4. A nova narrativa dos gêneros jornalísticos explicativos: elementos distintivos
  - 5.1.5. A nova narrativa dos gêneros jornalísticos de opinião e as formas participativas: cartas ao editor, enquetes e pesquisas, fóruns de discussão, etc.
- 5.2. Sobre os mecanismos participativos no desenvolvimento da relatos jornalísticos
  - 5.2.1. Espaços de participação:a última grande tendência
  - 5.2.2. Os novos meios e o público engajado
  - 5.2.3. O valor do jornalismo profissional
- 5.3. Conteúdos multiplataforma
  - 5.3.1. Os gestores de conteúdo na produção multiplataforma
  - 5.3.2. Do consumidor passivo ao produtor ativo
  - 5.3.3. Metaverso: o mundo real como sistema operativo

- 5.4. Projeto jornalístico transmídia
  - 5.4.1. Narratologia transmídia e narração de histórias transmídia
  - 5.4.2. Espanha se enoja, de Javier Zurita e Ofelia de Pablo
  - 5.4.3. 6x9: uma experiência virtual de confinamento solitário do jornal The Guardian
- 5.5. Jornalismo imersivo e ubíquo
  - 5.5.1. Princípios de projeto de experiência de informação imersiva
  - 5.5.2. Realidade virtual
  - 5.5.3. Princípios de projeto de experiência de informação mistas
  - 5.5.4. Realidade aumentada

## Módulo 6. Ferramentas e recursos digitais

- 6.1. A estrutura tecnológica atual do jornalismo
  - 6.1.1. Possibilidades comunicativas
  - 6.1.2. Habilidades tecnológicas e novos perfis profissionais
  - 6.1.3. Exemplos de aplicação
- 6.2. Ferramentas para jornais digitais
  - 6.2.1. Recursos online para produção e edição de conteúdo de notícias
  - 6.2.2. Ferramentas organizacionais para jornalistas
  - 6.2.3. Ferramentas tecnológicas para difusão da informação

## Módulo 7. Direção de projetos de comunicação digital

- 7.1. Gestão de projetos: conceitos básicos
  - 7.1.1. Componentes da gestão de projetos: as áreas de conhecimento
  - 7.1.2. O custo humano do gerenciamento do projeto
  - 7.1.3. Habilidades de gestão
- 7.2. Projeto de comunicação digital
  - 7.2.1. Início do projeto e trabalhos preliminares
  - 7.2.2. Planeamento e execução do projeto
  - 7.2.3. Monitoramento, controle e encerramento do projeto



## Módulo 8. Jornalismo de dados

- 8.1. Fontes de informação
  - 8.1.1. Estrutura regulatória, licenças, condições de uso de dados
  - 8.1.2. Estratégia de pesquisa
  - 8.1.3. Descritores estatísticos típicos
- 8.2. Mecanismos de seleção e filtragem de dados
  - 8.2.1. Extração de características
  - 8.2.2. Resumindo os dados com tabelas e gráficos
  - 8.2.3. Interatividade

## Módulo 9. Jornalismo investigativo

- 9.1. Introdução
  - 9.1.1. O que é o jornalismo investigativo?
  - 9.1.2. Exemplos de grandes jornalistas de investigação
  - 9.1.3. Formulação de hipóteses
- 9.2. Avaliação de dados
  - 9.2.1. Trabalho e relação com as fontes
  - 9.2.2. Organização e estrutura dos dados
  - 9.2.3. Busca de conexões entre arquivos
- 9.3. Elaboração de relatórios
  - 9.3.1. O que é uma reportagem?
  - 9.3.2. Estilo
  - 9.3.3. Estrutura
  - 9.3.4. Como se elabora uma reportagem?
- 9.4. Técnicas de controle de qualidade
  - 9.4.1. Uma comprovação de dados éticos
  - 9.4.2. Utilização do arquivo principal para verificação de dados
  - 9.4.3. Efeitos psicológicos previsíveis da verificação de fatos





## Módulo 10. Modelos de negócios e empreendedorismo em comunicação digital

- 10.1. O contexto empresarial no âmbito informativo
  - 10.1.1. O setor informativo
  - 10.1.2. Os atores da comunicação social no contexto digital
  - 10.1.3. Propostas teóricas metodológicas para o estudo dos meios de comunicação social cibernéticos
- 10.2. Empreendedorismo
  - 10.2.1. A iniciativa empreendedora e a deteção de oportunidade
  - 10.2.2. O financiamento da atividade empreendedora
  - 10.2.3. Empreendimento interno
- 10.3. Empresa de informação
  - 10.3.1. Tipos de empresas informativas
  - 10.3.2. Direção e organização de meios
  - 10.3.3. Planeamento empresarial
- 10.4. Modelos de negócio nos meios em linha
  - 10.4.1. A característica dos modelos de negócios
  - 10.4.2. A importância de gerar valor
  - 10.4.3. Tipos de modelos de negócios e sua evolução

## Módulo 11. Público e opinião pública

- 11.1. Público
  - 11.1.1. O novo jornalismo digital desde a perspectiva do público
  - 11.1.2. Modelos de medição do público
  - 11.1.3. Públicos engajados
- 11.2. Debate em torno do conceito de opinião pública
  - 11.2.1. Evolução da esfera pública na sociedade de massa à sociedade-rede
  - 11.2.2. Conceito da opinião pública na sociedade da informação
  - 11.2.3. Opinião pública agregada e discursiva e suas dinâmicas transicionais
- 11.3. Modelos de análises
  - 11.3.1. A opinião pública como conhecimento
  - 11.3.2. Desafios de moldar a opinião pública na mídia digital
  - 11.3.3. Metodologias de pesquisa da opinião pública

- 11.4. A nova esfera pública para jornalistas
  - 11.4.1. O jornalismo em uma democracia mais participativa
  - 11.4.2. O papel do jornalista na nova realidade digital
  - 11.4.3. Jornalismo cidadão

## Módulo 12. Produção Audiovisual e transmídia

- 12.1. Narrativas transmidiáticas
  - 12.1.1. Introdução
  - 12.1.2. As Características da narrativa transmídia
  - 12.1.3. A aplicação das narrativas transmidiáticas no âmbito jornalísticos
  - 12.1.4. Narrativa transmídia na cultura popular
- 12.2. Desenvolvimento de um projeto transmídia
  - 12.2.1. Projeto transmídia
  - 12.2.2. Formatos e técnicas para a produção de documentários transmídia
  - 12.2.3. Caso prático: o documentário transmídia nas pegadas do homem-fera
- 12.3. Experimentação com ferramentas de implementação de projetos transmídia: realização de protótipos
  - 12.3.1. Uma abordagem para a não ficção interativa: uma visão geral dos documentários espanhóis na Web na era digital
  - 12.3.2. Reportagem transmídia como parte do novo jornalismo
  - 12.3.3. Participação do cidadão no documentário colaborativo: "Rumo a novas narrativas audiovisuais"

## Módulo 13. Técnicas avançadas de visualização de dados

- 13.1. Técnicas e princípios de análises
  - 13.1.1. Princípios cognitivos: informação, comunicação e conhecimento
  - 13.1.2. Os principais tipos de visualização de dados
- 13.2. Análise de informações em sistemas complexos
  - 13.2.1. Definibilidade de um sistema
  - 13.2.2. Os componentes de um sistema complexo
  - 13.2.3. Processos e níveis de análise
- 13.3. Visualização interativa na internet e em dispositivos móveis
  - 13.3.1. Mineração de dados: aplicações no campo do jornalismo
  - 13.3.2. Visualização nas redes sociais

- 13.4. Aplicações na área jornalística
  - 13.4.1. Extração da informação
  - 13.4.2. Plataformas para a análise de dados
  - 13.4.3. Estudos de ferramentas de visualização de dados

## Módulo 14. Marketing de conteúdo

- 14.1. Promoção de conteúdo
  - 14.1.1. O que é a mercadotecnia de conteúdo?
  - 14.1.2. Como se desenvolve a mercadotecnia de conteúdo?
  - 14.1.3. Criação de uma estratégia
- 14.2. Público de mercadotecnia
  - 14.2.1. O público como aliado da distribuição
  - 14.2.2. Como definir um perfil da audiência?
  - 14.2.3. Medição de audiências
- 14.3. Mercadotécnica nas redes sociais
  - 14.3.1. Introdução
  - 14.3.2. Estratégia e plano de mídia social
  - 14.3.3. Novos conceitos decorrentes da integração das mídias sociais no campo do marketing e da comunicação
  - 14.3.4. Marketing interno e estratégia de conteúdo
- 14.4. Perspectiva sociocultural
  - 14.4.1. Teoria do processamento da informação
  - 14.4.2. Teoria de Bruner
  - 14.4.3. A síntese: duas formas de significar





“

*Não pense duas vezes e aposte em um programa que irá posicioná-lo à altura dos grandes nomes do jornalismo, abrindo muitas portas no mercado de comunicação”*

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.



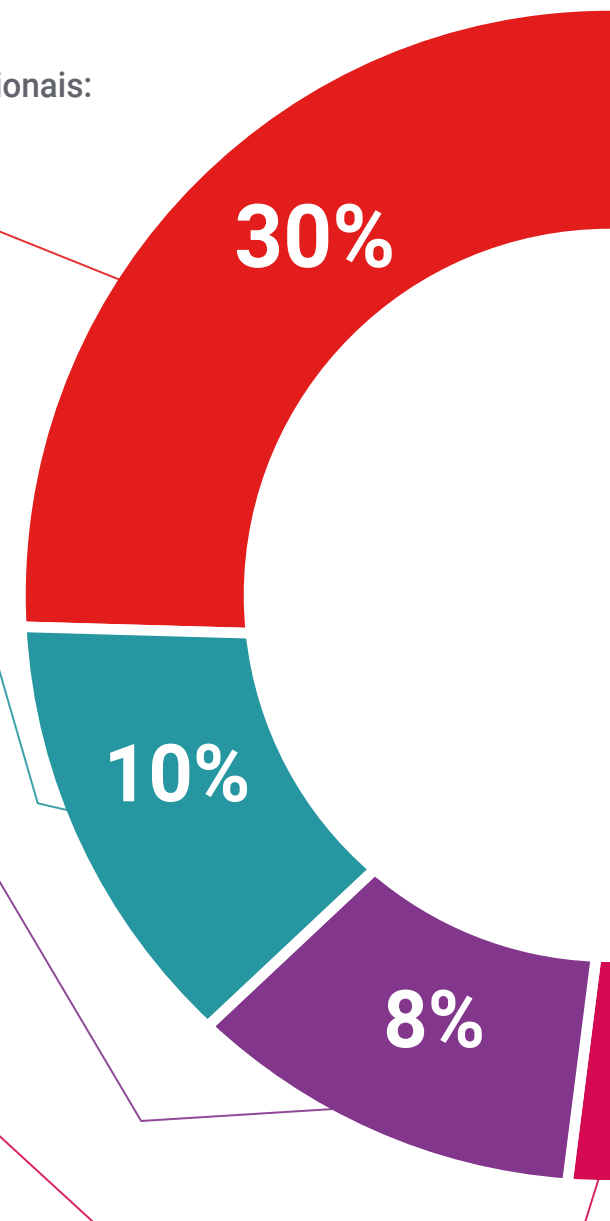
#### Práticas de habilidades e competências

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 Multimídia garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Global University.



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado **Mestrado Próprio em Jornalismo Multimídia** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra (**boletim oficial**). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e acadêmicos.

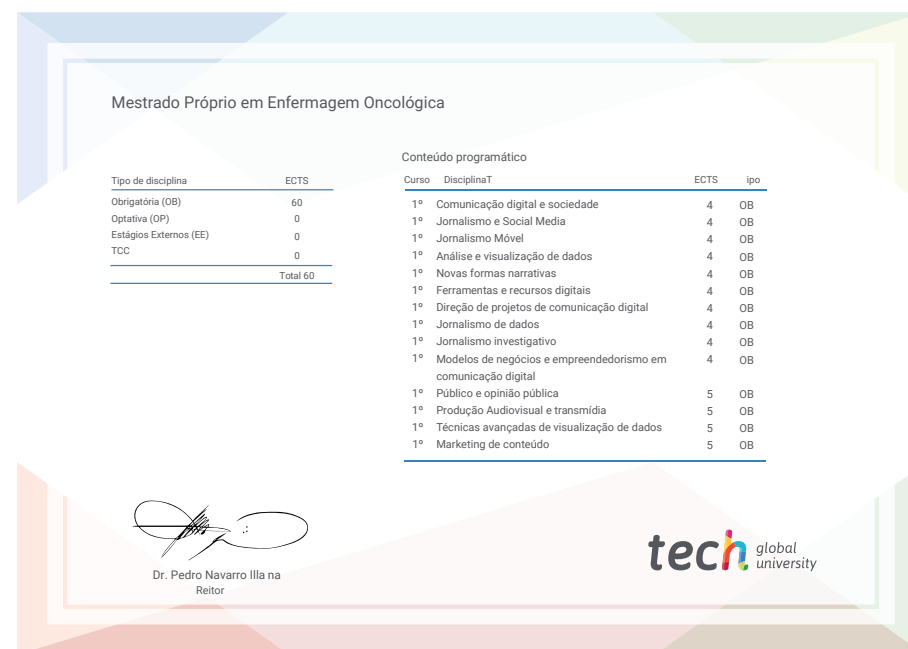
Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Mestrado Próprio em Jornalismo Multimídia**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Créditos: **60 ECTS**



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

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

**tech** global  
university

**Mestrado Próprio**  
**Jornalismo Multimédia**

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Global University
- » Créditos 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

# Mestrado Próprio

## Jornalismo Multimídia

