

Programa Avançado

Comunicação e Marketing





tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Comunicação e Marketing

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-comunicacao-marketing

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 24

06

Certificado

pág. 32

01

Apresentação

O Programa Avançado de Comunicação e Marketing da TECH é um programa intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e decisões empresariais no campo da Comunicação e Marketing. Seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional do aluno, contribuindo para alcançar o sucesso. Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e aprender com os melhores, este é o lugar certo para você.



“

A figura do chefe severo, inflexível e autoritário se tornou obsoleta. Um novo perfil surgiu, muito mais alinhado com as novas tendências e que se destaca por ter conhecimento tecnológico, pela escuta ativa de seus trabalhadores e por ser autocrítico com o seu trabalho”

A publicidade é uma das possibilidades que a empresa tem para se comunicar com o mercado e assim apoiar seus objetivos de marketing. É comunicação a serviço do marketing. Na realidade, qualquer organização, para crescer ou se sustentar, necessita que sua oferta seja aceita pelo mercado, compreendido em seu sentido mais amplo. O departamento de marketing é responsável por projetar produtos e serviços que atendam às necessidades de grupos específicos de pessoas, produzi-los, garantir que sejam aceitos e assegurar que os destinatários estejam satisfeitos o suficiente para continuar adquirindo bens, apoiando um determinado programa ou acreditando no que representamos.

Uma das atividades que podem ser realizadas para que o produto seja conhecido é a publicidade. A empresa fará publicidade quando precisar comunicar quem é e qual é sua oferta a um grupo de pessoas suficientemente numeroso que interesse à empresa, seja porque podem comprar seu produto, consumi-lo, recomendá-lo ou simplesmente falar sobre ele.

Atualmente, qualquer organização deve reconhecer que a base de seu negócio é a relação com seus clientes, e portanto deve cuidar dessa relação fornecendo produtos e serviços na quantidade, qualidade e tempo que eles necessitam. Fazer marketing significa compreender que só é possível obter lucro não apenas financeiro se as necessidades forem atendidas.

Com esta capacitação, o graduado terá todas as informações para entender o consumidor, inovar no produto, criar estratégias e criatividade, além de planejar os meios e canais das ações de marketing e comunicação. Além disso, alguns desses conteúdos serão abordados em uma série de Masterclasses organizadas por um renomado Diretor Internacional convidado.

O Programa Avançado de Comunicação e Marketing oferece uma capacitação integrada, exigente e prática para descobrir novos caminhos profissionais e entender oportunidades de negócios online cada vez mais dinâmicas. Se você é um profissional no campo da comunicação e marketing, esta é sua melhor opção para se tornar um especialista capaz de gerenciar e rentabilizar qualquer projeto.

Este **Programa Avançado de Comunicação e Marketing** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Comunicação Corporativa
- ♦ O conteúdo gráfico, elaborado de forma esquemática e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional.
- ♦ As novidades em comunicação corporativa
- ♦ Contém exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- ♦ Sistema de aprendizado interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações apresentadas no jornalismo e na comunicação digital
- ♦ 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



Este programa proporciona uma oportunidade exclusiva de aprender em Masterclasses com um especialista internacional reconhecido por seu excelente desempenho nesta área”

“

A TECH disponibiliza o melhor programa acadêmico do mercado em Comunicação e Marketing. Você apenas precisará estar disposto a estudar”

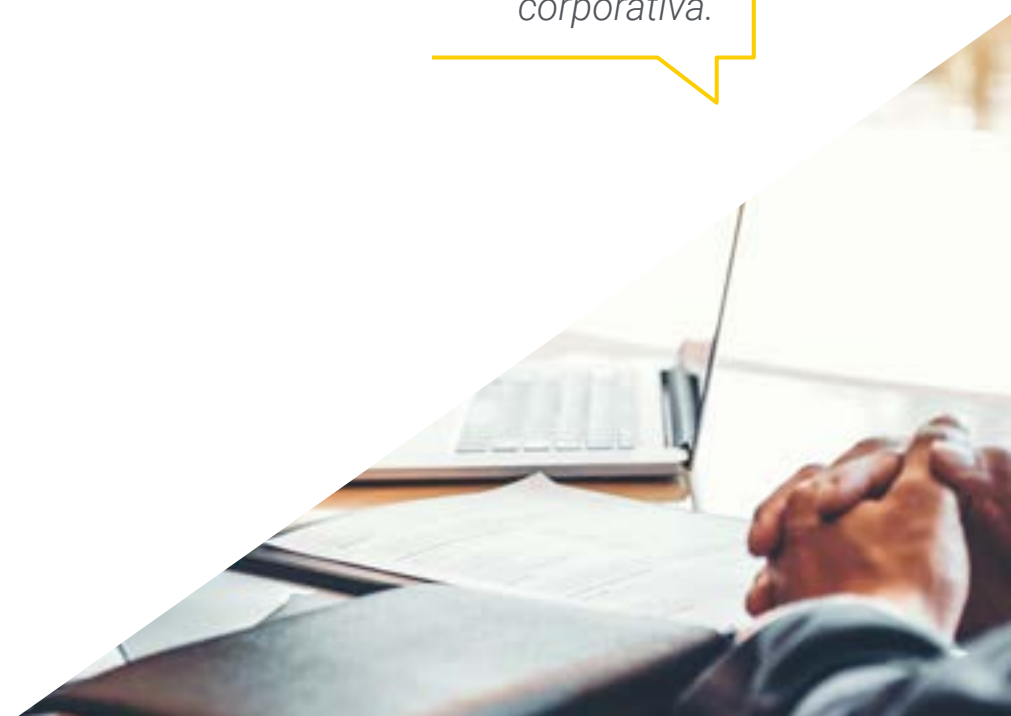
O corpo docente do programa inclui profissionais da área de jornalismo e comunicação, que colocam a experiência adquirida ao longo de suas carreiras nesta capacitação, assim como especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá que os profissionais desfrutem do mesmo de maneira situada e contextual, ou seja, através de um ambiente simulado que proporcionará um aprendizagem imersiva programada para capacitar para situações reais.

Este programa de estudos se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o aluno deverá resolver as diferentes situações da prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo realizado por especialistas com ampla experiência.

Torne-se um excelente jornalista e aprenda a trabalhar com sucesso nos departamentos de comunicação de empresas de todos os setores.

A profissão de jornalista se diversificou consideravelmente nos últimos anos. Atualmente, uma das oportunidades profissionais com o maior número de vagas está na área de comunicação corporativa.



02

Objetivos

Este programa foi desenhado para fortalecer as habilidades de gerenciamento e liderança, além de desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais em seu desenvolvimento profissional. Após o programa, você será capaz de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e internacional.





“

Contar com experiência internacional, compromisso ético e perspicácia comercial são algumas das características mais requisitadas pelos executivos na era digital”



Objetivos gerais

- ♦ Descrever como Integrar a internet na estratégia de comunicação de marketing da organização
- ♦ Descrever o papel da venda pessoal na comunicação de marketing, assim como a base da gestão de relacionamento e a integração dos esforços de comunicação
- ♦ Desenvolver e implementar os procedimentos de comunicação externa disponíveis para a empresa: publicidade, relações públicas, patrocínio, marketing direto e interativo, promoção e venda pessoal
- ♦ Enumere os processos de comunicação na Internet e como eles se diferenciam dos que ocorrem através de outros meios de comunicação
- ♦ Explicar a importância da marca como um ativo estratégico e sua gestão em ambientes convencionais e digitais
- ♦ Analisar e avaliar a importância das habilidades gerenciais para o desenvolvimento pessoal e profissional
- ♦ Desenvolver projetos otimizados de comunicação de marketing



Desenvolva suas habilidades para se tornar um jornalista versátil que esteja na vanguarda das últimas tendências”





Objetivos específicos

Módulo 1. Habilidades Gerenciais

- ♦ Aplicar processos criativos ao campo da comunicação corporativa
- ♦ Implementar métricas rigorosas que demonstrem o resultado da gestão estratégica de intangíveis com indicadores não financeiros consolidados e o impacto direto no negócio
- ♦ Identificar as audiências da mídia Gerenciar de forma eficaz o departamento de comunicação de qualquer organização em todos os seus aspectos

Módulo 2. Marketing e Comunicação

- ♦ Gerenciar a reputação de sua empresa
- ♦ Usar a mídia social e o e-mobile como suporte para uma revolução comercial, utilizando essas ferramentas para atingir os objetivos de publicidade e relações públicas

Módulo 3. Customer Relationship Management

- ♦ Desenvolver estratégias para a gestão de marcas e reputação corporativa como recursos estratégicos para diferenciação, legitimidade e excelência empresarial

Módulo 4. Estratégia de Comunicação no Ambiente Digital

- ♦ Ser capaz de desenvolver um Plano de Mídia Social de sucesso com base em um cronograma e orçamento
- ♦ Conhecer as principais ferramentas digitais para a criação de estratégias

03

Direção do curso

A equipe de professores deste Programa Avançado é formada por profissionais experientes e altamente qualificados nas áreas de comunicação e marketing. Seu conhecimento abrangente vai desde estratégias de comunicação integradas até as mais avançadas técnicas de marketing. Esses mentores combinam sua experiência prática com uma sólida formação teórica, proporcionando aos graduados uma compreensão abrangente de como a comunicação e o marketing estão interligados no ambiente de negócios atual. Desta forma, sua abordagem educacional se concentrará no desenvolvimento das habilidades necessárias para projetar e executar campanhas de marketing eficazes que gerem impacto e valor.



“

Os professores estão comprometidos em manter-se atualizados com as últimas tendências e tecnologias em ambos os campos, garantindo a aquisição de conhecimentos atualizados e relevantes para o sucesso no setor”

Diretora Internacional Convidada

Premiada com o “International Content Marketing Awards” por sua criatividade, liderança e qualidade de seus conteúdos informativos, Wendy Thole-Muir é uma renomada Diretora de Comunicação altamente especializada no campo da Gestão de Reputação.

Neste sentido, desenvolveu uma sólida trajetória profissional de mais de duas décadas nessa área, o que a levou a fazer parte de prestigiadas entidades de referência internacional, como a Coca-Cola. Seu papel envolve a supervisão e o gerenciamento da comunicação corporativa, bem como o controle da imagem organizacional. Entre suas principais contribuições, destaca-se o fato de ter liderado a implementação da plataforma de interação interna Yammer. Graças a isso, os funcionários aumentaram seu engajamento com a marca e criaram uma comunidade que melhorou significativamente a transmissão de informações.

Além disso, ela tem gerenciado a comunicação dos investimentos estratégicos das empresas em diversos países africanos. Um exemplo disso é que ela conduziu diálogos sobre os investimentos significativos no Quênia, demonstrando o compromisso das entidades com o desenvolvimento econômico e social do país. Ela também recebeu vários reconhecimentos por sua habilidade em gerenciar a percepção das empresas em todos os mercados onde atuam, permitindo que as companhias mantenham grande notoriedade e que os consumidores as associem com alta qualidade.

Além disso, em seu firme compromisso com a excelência, participou ativamente de prestigiados Congressos e Simpósios em escala global, com o objetivo de ajudar os profissionais de comunicação a se manterem na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para desenvolver planos estratégicos de comunicação bem-sucedidos. Assim, auxiliou inúmeros especialistas a antecipar situações de crises institucionais e a lidar com eventos adversos de maneira eficaz.



Sra. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Diretora de Comunicação Estratégica e Reputação Corporativa na Coca-Cola, África do Sul
- ♦ Responsável por Reputação Corporativa e Comunicação na ABI da SABMiller em Lovaina, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicações na ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputação e Comunicação da Third Door em Gauteng, África do Sul
- ♦ Mestrado em Estudos do Comportamento Social pela Universidade da África do Sul
- ♦ Mestrado em Artes com especialização em Sociologia e Psicologia pela Universidade da África do Sul
- ♦ Formada em Ciências Políticas e Sociologia Industrial pela Universidade de KwaZulu-Natal
- ♦ Formada em Psicologia pela Universidade da África do Sul

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Direção



Dra. Sara González Fernández

- ♦ Especialista em Comunicação Institucional e Corporativa em várias empresas
- ♦ Redatora Audiovisual na Castilla La Mancha Media
- ♦ Redatora no Centro Territorial da TVE Andaluzia
- ♦ Redatora na Radio Nacional de España
- ♦ Redatora no Diario JAÉN
- ♦ Doutora em Comunicação pela Universidade de Sevilha
- ♦ Mestrado em Roteiro, Narrativa e Criatividade Audiovisual pela Universidade de Sevilha
- ♦ Formada em Jornalismo pela Universidade de Sevilha
- ♦ Membro: Associação de Imprensa de Sevilha e Federação de Associações de Jornalistas da Espanha



04

Estrutura e conteúdo

O Programa Avançado de Comunicação e Marketing foi desenvolvido considerando as necessidades do aluno, motivo pelo qual é ministrado em um formato 100% online, permitindo adequar seus estudos à sua rotina diária. Um programa desenvolvido durante 9 meses e que pretende ser uma experiência única e estimulante que estabelece os fundamentos para seu sucesso na gestão da comunicação no ambiente digital.



“

Temos o programa de aprendizado mais completo e atualizado do mercado, que lhe permitirá entrar num mundo excitante com todas as garantias de sucesso”

Módulo 1. Habilidades Gerenciais

- 1.1. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 1.1.1. Comunicação interpessoal
 - 1.1.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 1.1.3. Obstáculos à comunicação
- 1.2. Comunicação e Liderança
 - 1.2.1. Liderança e estilos de liderança
 - 1.2.2. Motivação
 - 1.2.3. Capacidades e habilidades do líder 2.0
- 1.3. *Branding* pessoal
 - 1.3.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 1.3.2. Leis de *Branding* pessoal
 - 1.3.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 1.4. Gestão de equipes
 - 1.4.1. Equipes de trabalho e a gestão de reuniões
 - 1.4.2. Gestão de processos de mudança
 - 1.4.3. Gestão de equipes multiculturais
 - 1.4.4. *Coaching*
- 1.5. Negociação e resolução de conflitos
 - 1.5.1. Técnicas efetivas de negociação
 - 1.5.2. Conflitos interpessoais
 - 1.5.3. Negociação intercultural
- 1.6. Inteligência emocional
 - 1.6.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 1.6.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 1.6.3. Autoestima e Linguagem Emocional
- 1.7. Capital relacional: Coworking
 - 1.7.1. Gestão do Capital Humano
 - 1.7.2. Análise de desempenho
 - 1.7.3. Gestão da igualdade e diversidade
 - 1.7.4. Inovação na gestão de pessoas

- 1.8. Gestão do tempo
 - 1.8.1. Planejamento, organização e controle
 - 1.8.2. Metodologia de gestão do tempo
 - 1.8.3. Planos de ação
 - 1.8.4. Ferramentas para a gestão eficaz do tempo

Módulo 2. Marketing e Comunicação

- 2.1. *Product placement* e *branded content*
 - 2.1.1. Formas únicas de comunicação e posicionamento de marca
 - 2.1.2. Conceitos, produtos e serviços em mídias de fácil utilização
- 2.2. Planejamento e contratação de mídia digital
 - 2.2.1. *Real time bidding*
 - 2.2.2. *Planejamento de campanha digital integrado*
 - 2.2.3. *Quadro de pontuação de controle de gastos com publicidade*
- 2.3. Marketing promocional
 - 2.3.1. Promoções ao consumidor
 - 2.3.2. Força de vendas, canal, ponto de venda e promoções especiais
 - 2.3.3. Sucesso e rentabilidade das ações promocionais
- 2.4. Planejamento, execução e medição de campanhas SEM
 - 2.4.1. Marketing dos motores de busca
 - 2.4.2. Conversão do tráfego em tráfego qualificado
 - 2.4.3. Gestão de projetos SEM
- 2.5. Métricas e análise de desempenho em campanhas publicitárias digitais
 - 2.5.1. Adservers
 - 2.5.2. Métricas tradicionais e GRP digitais
 - 2.5.3. *Crossmedia* e interações
- 2.6. Display Advertising, *Rich Media* e Publicidade Viral
 - 2.6.1. Mídia, formatos e suportes
 - 2.6.2. O funil de conversão
 - 2.6.3. Buzz Marketing e WOM



- 2.7. Mobile Marketing, Geolocalização e Internet TV
 - 2.7.1. Novas aplicações de *Mobile Marketing*
 - 2.7.2. Geolocalização
 - 2.7.3. Aplicações que integram webs, *geotaging* e móvel
- 2.8. Eficácia publicitária
 - 2.8.1. Técnicas de pesquisa e tracking de campanhas
 - 2.8.2. Cobertura efetiva e análise de frequência
 - 2.8.3. Notoriedade e padrões de distribuição de tempo da pressão publicitária

Módulo 3. *Customer Relationship Management*

- 3.1. CRM e Marketing Relacional
 - 3.1.1. Filosofia empresarial ou orientação estratégica
 - 3.1.2. Identificação e diferenciação do cliente
 - 3.1.3. A empresa e seus *stakeholders*
 - 3.1.4. *Clientela*
- 3.2. *Database Marketing* e *Gestão de Relacionamento com o Cliente*
 - 3.2.1. Aplicações de *Database Marketing*
 - 3.2.2. *Leis e regulamentos*
 - 3.2.3. *Fontes de informação, armazenamento e processamento*
- 3.3. Psicologia e comportamento do consumidor
 - 3.3.1. O estudo do comportamento do consumidor
 - 3.3.2. Fatores internos e externos do consumidor
 - 3.3.3. Processo de decisão do consumidor
 - 3.3.4. Consumismo, sociedade, marketing e ética
- 3.4. *Marketing consumer centric*
 - 3.4.1. Segmentação
 - 3.4.2. Análise da rentabilidade
 - 3.4.3. Estratégias de fidelização do cliente
- 3.5. Técnicas de *CRM Management*
 - 3.5.1. Marketing direto
 - 3.5.2. Integração multicanal
 - 3.5.3. Marketing viral

- 3.6. Vantagens e armadilhas da implementação do CRM
 - 3.6.1. CRM, vendas e custos
 - 3.6.2. Satisfação e lealdade do cliente
 - 3.6.3. Implementação tecnológica
 - 3.6.4. Erros estratégicos e de gestão

Módulo 4. Estratégia de Comunicação no Ambiente Digital

- 4.1. Web 2.0 ou web social
 - 4.1.1. Organização na era da conversação
 - 4.1.2. A web 2.0 são pessoas
 - 4.1.3. Ambiente digital e novos formatos de comunicação
- 4.2. Comunicação e reputação digital
 - 4.2.1. Relatório de reputação online
 - 4.2.2. Netiqueta e boas práticas em redes sociais
 - 4.2.3. *Branding e networking 2.0*
- 4.3. Elaborando e planejando um plano de reputação online
 - 4.3.1. Visão geral das principais mídias sociais
 - 4.3.2. Plano de reputação da marca
 - 4.3.3. Métricas gerais, ROI e CRM social
 - 4.3.4. Crise online e SEO reputacional
- 4.4. Plataformas generalistas, profissionais e de microblogging
 - 4.4.1. Facebook
 - 4.4.2. LinkedIn
 - 4.4.3. Twitter
- 4.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade
 - 4.5.1. YouTube
 - 4.5.2. Instagram
 - 4.5.3. Flickr
 - 4.5.4. Vimeo
 - 4.5.5. Pinterest





- 4.6. Estratégia de conteúdo e *storytelling*
 - 4.6.1. *Blogging* corporativo
 - 4.6.2. Estratégia de marketing de conteúdo
 - 4.6.3. Criação de um plano de conteúdo
 - 4.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdo
- 4.7. Estratégias em *Mídia Social*
 - 4.7.1. Relações públicas corporativas e mídia social
 - 4.7.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
 - 4.7.3. Análise e avaliação dos resultados
- 4.8. *Community management*
 - 4.8.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *community manager*
 - 4.8.2. *Social Media Manager*
 - 4.8.3. *Social Media Strategist*
- 4.9. *Social Media Plan*
 - 4.9.1. Elaboração de um *plano de social media*
 - 4.9.2. *Calendário, orçamento, expectativas e monitoramento*
 - 4.9.3. *Protocolo de contingência em caso de crise*
- 4.10. Ferramentas de monitoramento online
 - 4.10.1. Ferramentas de gestão e aplicações desktop
 - 4.10.2. Ferramentas de monitoramento e pesquisa

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

05

Metodologia

Este programa 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.

Relearning Methodology

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% , 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 você aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é a única com licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de 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 concentrada. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com sucesso sem precedentes em campos tão diversos como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de alunos universitários de alto perfil socioeconômico 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 seu 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 de estudos estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



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



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite 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 e oferecendo alta qualidade em todo o material que colocamos à disposição do aluno.



Masterclasses

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

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



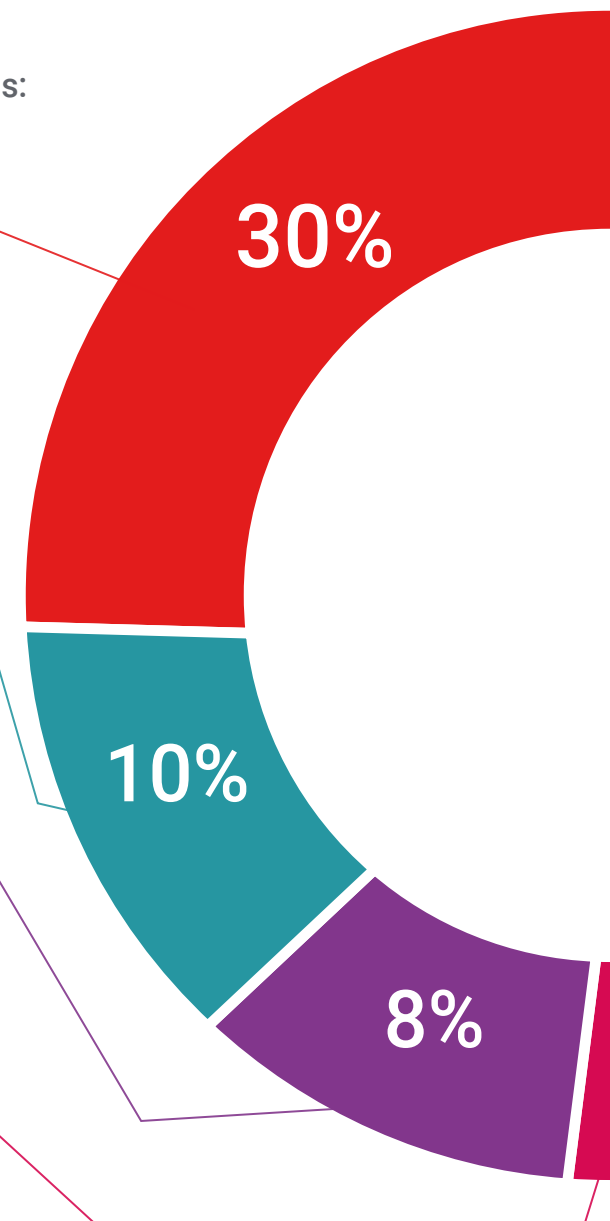
Práticas de aptidões e competências

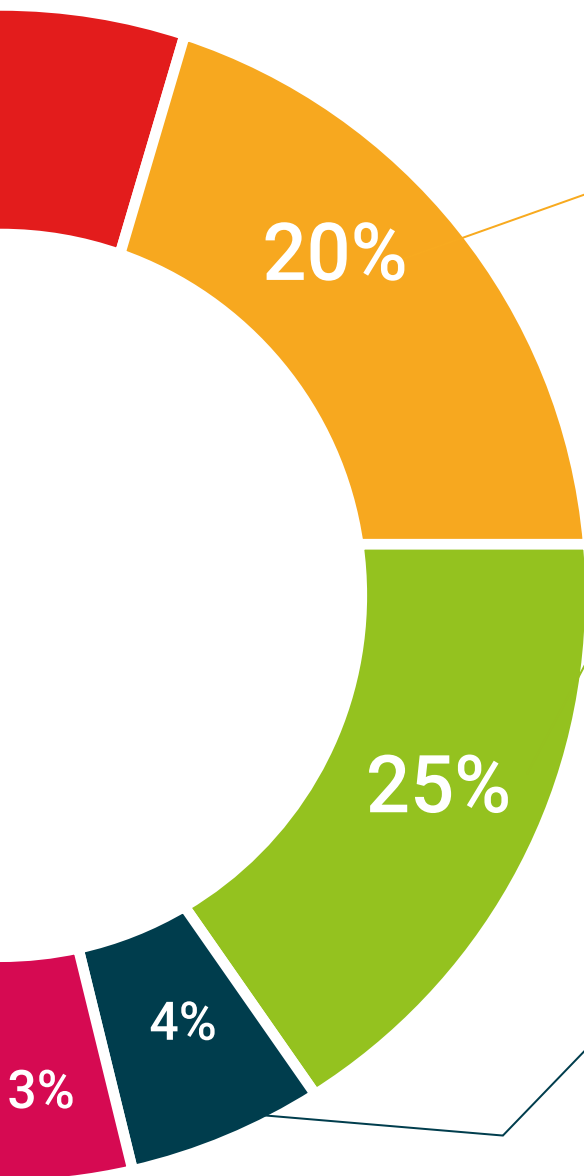
Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as destrezas e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 no 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 ele possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



06

Certificado

O Programa Avançado de Comunicação e Marketing garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Programa Avançado de Comunicação e Marketing** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Programa Avançado de Comunicação e Marketing**

Modalidade: **online**

Duração: **6 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
presente
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Comunicação e Marketing

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado

Comunicação e Marketing

