

# Programa Avançado

Criação de Anúncios e  
Comunicação Publicitária





## Programa Avançado

### Criação de Anúncios e Comunicação Publicitária

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

Acesso ao site: [www.techtitute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-criacao-anuncios-comunicacao-publicitaria](http://www.techtitute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-criacao-anuncios-comunicacao-publicitaria)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Direção do curso

---

*pág. 12*

04

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 16*

05

Metodologia

---

*pág. 22*

06

Certificado

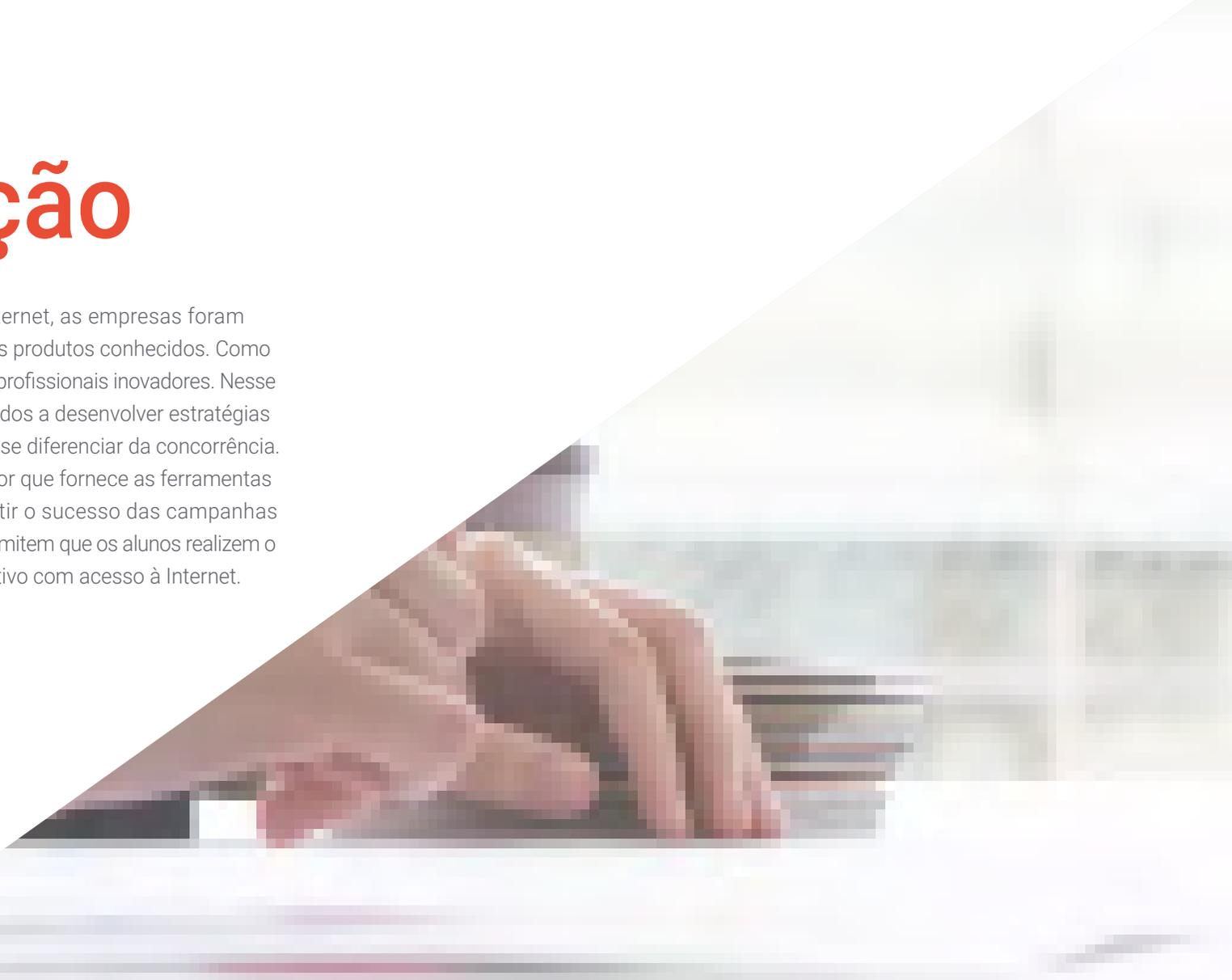
---

*pág. 30*

01

# Apresentação

Com o avanço das novas tecnologias e o uso da Internet, as empresas foram incentivadas a explorar novas maneiras de tornar seus produtos conhecidos. Como resultado, cada vez mais instituições estão solicitando profissionais inovadores. Nesse sentido, os profissionais de comunicação são desafiados a desenvolver estratégias criativas para chamar a atenção dos consumidores e se diferenciar da concorrência. Neste contexto, a TECH oferece um programa inovador que fornece as ferramentas para transmitir mensagens de forma eficaz e garantir o sucesso das campanhas publicitárias. Além disso, seus recursos 100% online permitem que os alunos realizem o programa confortavelmente, apenas com um dispositivo com acesso à Internet.





“

*Com a TECH, você dominará as melhores estratégias criativas para se conectar com os consumidores de forma eficaz”*

Um dos principais desafios da publicidade é alcançar a criatividade em uma sociedade em que tudo parece ter sido inventado. Daí a necessidade de as organizações implementarem estratégias destinadas a atrair o interesse dos usuários e a se diferenciarem da concorrência. Com tudo isso em mente, os especialistas desse setor têm a missão de inovar por meio de técnicas capazes de persuadir e surpreender os consumidores.

Cientes dessa realidade, a TECH implementou um programa de estudos inovador que serve de guia para que os alunos desenvolvam campanhas publicitárias bem-sucedidas. Para isso, são estudadas as técnicas mais avançadas em áreas como publicidade e marketing. Também é discutida a importância de conhecer o alvo e analisar os dados do público-alvo para detectar suas necessidades ou entender como eles agem. Além disso, são fornecidas diretrizes para a criação de conteúdo impactante com base em narrativas emocionais e conteúdo visual atraente. Assim, se aprofunda nas etapas para desenvolver uma marca pessoal adequada em um ambiente digital em constante mudança

Por outro lado, os recursos acadêmicos desse programa foram reunidos por um grupo de professores com ampla experiência profissional. Graças à sua experiência, eles trazem o conhecimento mais atualizado e as técnicas de publicidade mais recentes para o programa de estudos

No entanto, o programa universitário possui uma metodologia 100% online, por meio da qual os alunos poderão concluí-lo confortavelmente, pois precisarão apenas de um dispositivo com acesso à Internet para analisar seu conteúdo. Ao mesmo tempo, o plano de estudos é apoiado pelo inovador sistema de ensino *Relearning*: um método que proporciona o domínio de conceitos complexos por meio da repetição contínua e progressiva. Ao mesmo tempo, introduz situações da vida real no processo de aprendizado para que as competências sejam adquiridas naturalmente, sem o esforço extra de memorização.

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

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Criação de Anúncios e Comunicação Publicitária
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente práticos fornece informação atualizada e prática sobre aquelas disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Lições 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



*Graças a este programa, você aproveitará ao máximo sua criatividade e criará anúncios inovadores para se destacar no setor de publicidade"*

“

*Por meio deste programa, você se aprofundará em como influenciar os desejos e as necessidades dos consumidores”*

O corpo docente do programa conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência 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 deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

*Com a TECH, você se aprofundará na publicidade gratuita e fará com que as marcas se tornem notícia.*

*Graças a esta capacitação, você estará atualizado com as novas tendências em pesquisa criativa.*



# 02

# Objetivos

Com este Programa Avançado, os alunos poderão implementar estratégias criativas em anúncios. Assim, os alunos inovarão no mercado para atrair mais atenção dos usuários e conseguirão se diferenciar da concorrência. Para atingir esse objetivo, o processo acadêmico é respaldado por um corpo docente especializado no setor de publicidade. Dessa forma, os alunos estarão qualificados para elaborar planos de comunicação de última geração para se destacarem em um setor que oferece inúmeras oportunidades de trabalho.



“

*Graças à TECH, você poderá implementar técnicas criativas em anúncios que atrairão e manterão os consumidores”*



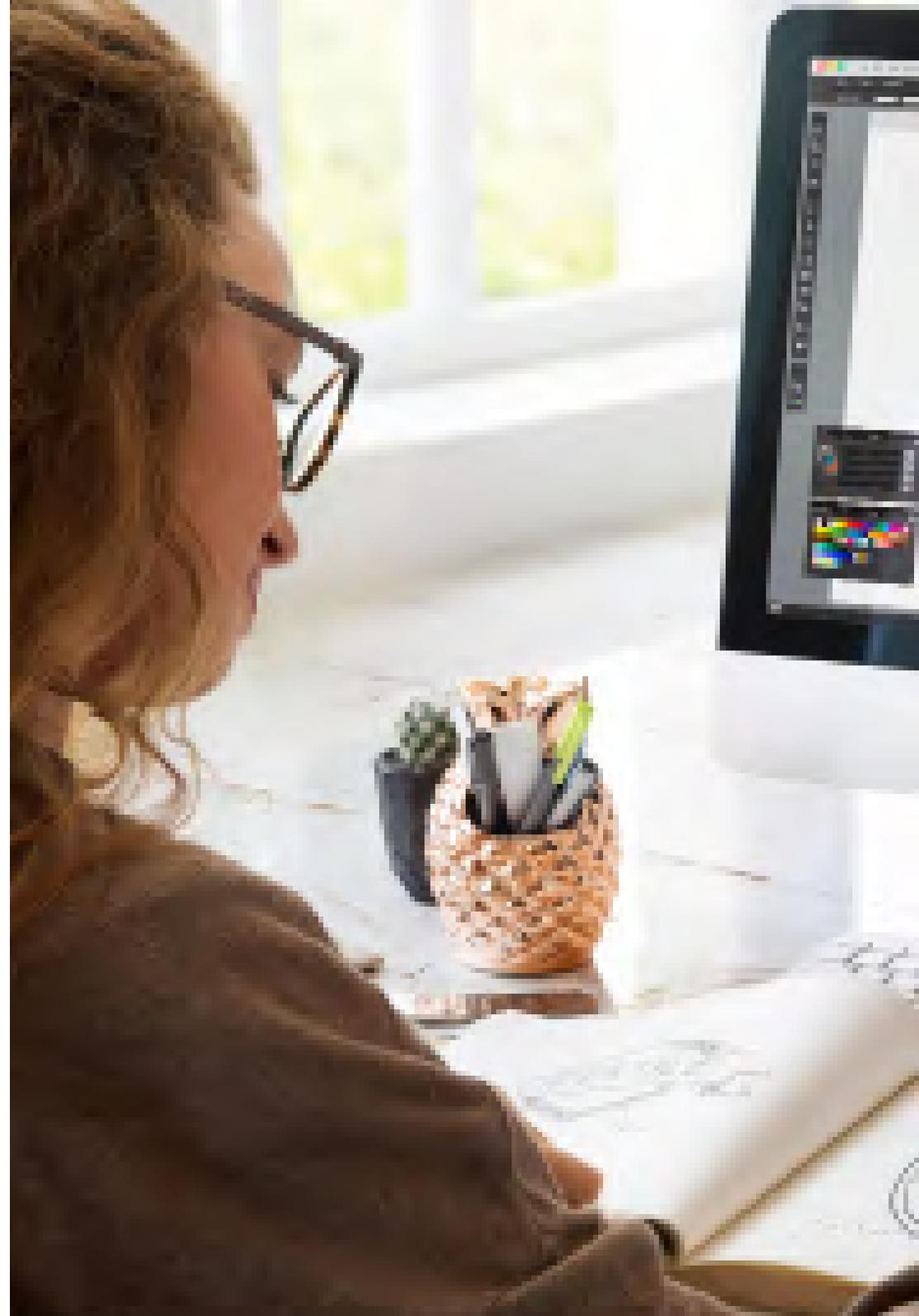
## Objetivos gerais

---

- ♦ Conhecer profundamente os novos projetos de valor para a comunicação comercial
- ♦ Desenvolver habilidades de comunicação criativa para melhorar o relacionamento entre a marca e o consumidor
- ♦ Mostrar a visão da criatividade como um agente colaborativo no desenvolvimento da comunicação
- ♦ Capacitar o profissional, por meio das habilidades necessárias, a aprimorar a solução de problemas e desenvolver as competências profissionais essenciais
- ♦ Obter um conhecimento aprofundado da relação entre o criativo e o restante dos agentes envolvidos na gestão da comunicação comercial
- ♦ Mostrar e avaliar as novas tendências que os profissionais desse setor encontrarão agora e no futuro

“

*Você liberará sua criatividade e liderará campanhas bem-sucedidas para as empresas de maior prestígio por meio da TECH”*





## Objetivos específicos

### Módulo 1. Como criar anúncios

- ♦ Explicar como funciona o pensamento criativo da publicidade e sua importância estratégica
- ♦ Analisar detalhadamente o público-alvo e o uso de *insight* na publicidade
- ♦ Compreender como a mensagem publicitária é estruturada
- ♦ Explorar diversos espaços para a criatividade na comunicação
- ♦ Destacar a importância da direção de arte e sua implementação, respeitando o estilo da marca
- ♦ Obter uma perspectiva sobre o futuro da pesquisa criativa

### Módulo 2. Como criar uma marca

- ♦ Analisar modelos publicitários psicológicos
- ♦ Explorar as correntes criativas da publicidade
- ♦ Explicar a importância e a utilidade de uma marca registrada
- ♦ Abordar conceitos-chave na construção de marcas
- ♦ Apresentar as etapas lógicas da construção da marca
- ♦ Mostrar as diferenças entre o *claim* e o slogan
- ♦ Analisar a criatividade no planejamento de mídia
- ♦ Descobrir o contexto atual da marca

### Módulo 3. Marca pessoal e campanhas políticas

- ♦ Estudar o desenvolvimento de marcas pessoais e estratégias aplicadas a campanhas políticas
- ♦ Explorar a importância da marca pessoal e como promovê-la de forma criativa
- ♦ Aprofundar-se nas estratégias de marca pessoal
- ♦ Abordar estratégias de networking criativo
- ♦ Aprender a planejar campanhas políticas
- ♦ Conhecer as capacidades do candidato

# 03

## Direção do curso

Um dos principais objetivos da TECH é oferecer programas baseados na excelência. Por esse motivo, incorporou os melhores profissionais do setor de publicidade a este programa. Assim, este Programa Avançado possui um corpo docente com ampla experiência de trabalho nesse campo. Graças a seus conhecimentos e habilidades, foram desenvolvidos recursos didáticos que fornecem as técnicas ideais para promover a criatividade durante o processo de publicidade.





“

*No TECH, você ampliará seus conhecimentos com a ajuda de um corpo docente de prestígio que garante um aprendizado eficaz”*

## Direção



### Sr. Fernando Labarta Vélez

- ♦ Diretor de criação da El Factor H
- ♦ Gestor de marketing da La Ibense
- ♦ Diretor de Criação de Eventos da Beon Worldwide
- ♦ Diretor de *Branded Content* na Atrium Digital e Mettre
- ♦ Diretor de criação do Southern Communication Group, BSB e FCA BMZ Cid
- ♦ Professor do Mestrado em Gestão de Comunicação Empresarial e Institucional da Universidade de Sevilha
- ♦ Coautor do livro: *Cómo crear una marca. Manual do usuário e de gestão*



# 04

## Estrutura e conteúdo

O Programa Avançado de Criação de Anúncios e Comunicação Publicitária abrange um programa completo composto por 3 módulos. Assim, este plano de estudos dinâmico garante que os alunos ampliem seus conhecimentos para avançar em sua profissão. Dessa forma, os alunos adquirem as habilidades para implementar ações criativas destinadas a capturar o interesse de diferentes públicos. Como resultado, eles possuem a oportunidade de ingressar nas instituições de maior prestígio para liderar campanhas de comunicação bem-sucedidas.



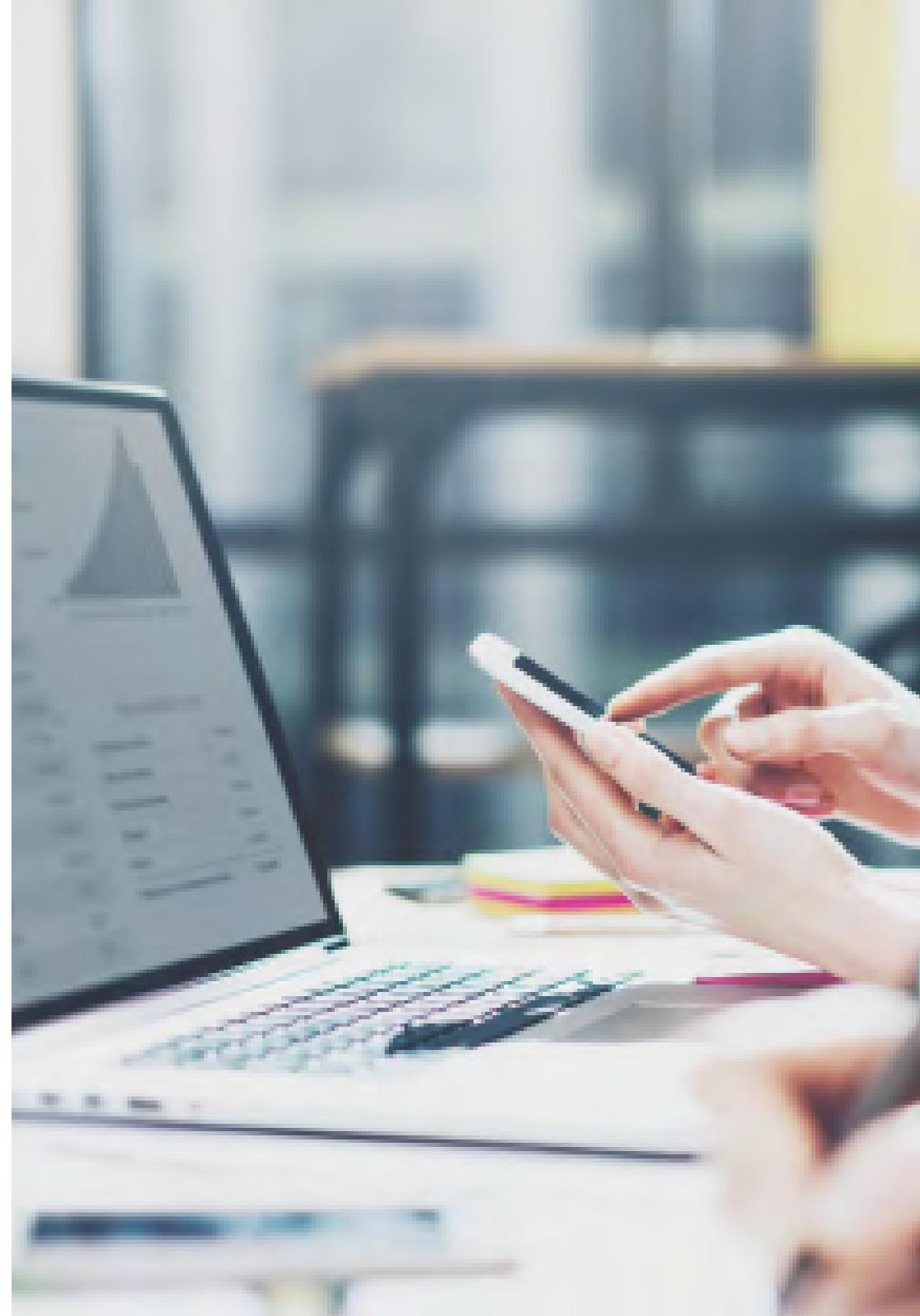
A hand-drawn diagram on a whiteboard. The diagram consists of several interconnected boxes and lines, representing a process flow or organizational structure. A hand is visible in the foreground, pointing towards the diagram. The background is a blurred office setting with a blue wall and a whiteboard.

“

*Graças ao programa da TECH, você aplicará processos criativos ao setor de comunicação e se juntará às empresas mais renomadas”*

## Módulo 1. Como criar anúncios

- 1.1. Como pensa um criativo de publicidade?
  - 1.1.1. Como você pensa naturalmente?
  - 1.1.2. Como pensar profissionalmente?
  - 1.1.3. Conclusões
- 1.2. A importância estratégica do target
  - 1.2.1. A motivação essencial
  - 1.2.2. Benefícios de conhecer seu alvo
  - 1.2.3. Como analisar os dados do público-alvo?
  - 1.2.4. O *insight* em publicidade
- 1.3. Como a mensagem é estruturada?
  - 1.3.1. Eixo de comunicação
  - 1.3.2. Conceito de comunicação
  - 1.3.3. Esquema de transmissão
- 1.4. Onde criar na comunicação?
  - 1.4.1. Nome
  - 1.4.2. O titular
  - 1.4.3. O spot
  - 1.4.4. O anúncio de rádio
  - 1.4.5. Publicidade exterior
  - 1.4.6. Outros
- 1.5. A Direção de Arte
  - 1.5.1. Quantos elementos?
  - 1.5.2. Hierarquia de tamanhos
  - 1.5.3. Copiar?
  - 1.5.4. Economia de custos
  - 1.5.5. O estilo da marca
  - 1.5.6. O óbvio
  - 1.5.7. Se não contribuir, etc.
- 1.6. Técnicas criativas
  - 1.6.1. As ferramentas da publicidade
  - 1.6.2. Gêneros e estilos publicitários
  - 1.6.3. Conclusões



- 1.7. Como criar *publicity*?
  - 1.7.1. Como obter publicidade gratuita?
  - 1.7.2. Como colocar uma marca nas notícias?
  - 1.7.3. Conclusões
- 1.8. Criatividade digital
  - 1.8.1. Criatividade digital
  - 1.8.2. Publicidade digital
  - 1.8.3. Conclusões
- 1.9. Como criar anúncios criativos?
  - 1.9.1. Um conceito visual marcante
  - 1.9.2. Um texto que emocione
  - 1.9.3. Surpresa
  - 1.9.4. Tipos de criatividade
  - 1.9.5. Teste e otimize
- 1.10. O futuro da pesquisa criativa
  - 1.10.1. Inteligência artificial
  - 1.10.2. Realidade virtual e realidade aumentada
  - 1.10.3. Colaboração online
  - 1.10.4. Pesquisa orientada por dados

## Módulo 2. Como criar uma marca

- 2.1. Modelos publicitários de tipo psicológico
  - 2.1.1. Modelo de Henry Joanis
  - 2.1.2. Modelo de Fishbein
  - 2.1.3. Modelo de Rosser Reeves
  - 2.1.4. Modelo de David Ogilvy
- 2.2. Correntes criativas da publicidade
  - 2.2.1. USP
  - 2.2.2. Imagem da marca
  - 2.2.3. Valores permanentes
  - 2.2.4. Publicidade espetáculo
  - 2.2.5. A transgressão de códigos
  - 2.2.6. A atração do conteúdo
- 2.3. Para que serve uma marca?
  - 2.3.1. Utilidade
  - 2.3.2. Como se cria uma necessidade?
  - 2.3.3. Diferenças entre logotipo e marca
  - 2.3.4. A origem das marcas
  - 2.3.5. Brand Wheel
  - 2.3.6. Posicionamento de marca
  - 2.3.7. Quando uma marca nasce?
  - 2.3.8. Marca, a diferença
  - 2.3.9. A criatividade é um luxo
- 2.4. A escada lógica na construção da marca
  - 2.4.1. Nome
  - 2.4.2. Atributos
  - 2.4.3. Benefícios
  - 2.4.4. Grupo
  - 2.4.5. Porta-voz
  - 2.4.6. Papel
- 2.5. O *claim* e o slogan
  - 2.5.1. Diferenças entre *claim* e slogan
  - 2.5.2. O *claim* e o slogan como argumento de venda
  - 2.5.3. *Claims* ou slogans para criar conteúdo
- 2.6. Estratégia criativa
  - 2.6.1. Estratégia publicitária com uma abordagem criativa
  - 2.6.2. Como ser criativo na estratégia?
  - 2.6.3. Estratégias criativas usadas no campo da publicidade e do marketing
  - 2.6.4. Diferenças entre estratégia de marketing e estratégia de publicidade
- 2.7. Estratégias de conteúdo criativo
  - 2.7.1. Conteúdo gerado pelo usuário
  - 2.7.2. Influencer Marketing
  - 2.7.3. Experiências interativas
  - 2.7.4. Conteúdo visual marcante
  - 2.7.5. Narrativa emocional
  - 2.7.6. Uso de novas plataformas e formatos

- 2.8. Criatividade no planejamento de meios
  - 2.8.1. Planejamento da mídia
  - 2.8.2. Planejamento criativo de mídia
  - 2.8.3. Exemplos de planejamento de mídia surpreendente
- 2.9. Tipos de conteúdo publicitário
  - 2.9.1. Conteúdos patrocinados
  - 2.9.2. Vinculação de marcas ao conteúdo macro
  - 2.9.3. Criação de *websites* baseados em conteúdos audiovisuais
  - 2.9.4. Criar para redes sociais
  - 2.9.5. Criar para dispositivos móveis
  - 2.9.6. Criar para videogames
  - 2.9.7. Criar conteúdo interativo
  - 2.9.8. Criar conteúdo diretamente para marcas
- 2.10. Contexto atual da marca
  - 2.10.1. Publicidade no ambiente digital
  - 2.10.2. Experiência do cliente
  - 2.10.3. Conclusões

### Módulo 3. Marca pessoal e campanhas políticas

- 3.1. Marca pessoal
  - 3.1.1. Roda de marca pessoal
  - 3.1.2. Marca pessoal criativa
  - 3.1.3. Exemplos
- 3.2. Desenvolvimento de marca pessoal
  - 3.2.1. Posicionamento
  - 3.2.2. *Storytelling*
  - 3.2.3. Redes sociais
  - 3.2.4. Publicidade e autopromoção
- 3.3. Estratégias de *Networking* criativo
  - 3.3.1. Eventos e conferências
  - 3.3.2. Grupos e comunidades online
  - 3.3.3. Colaborações

- 3.4. Guia para uma campanha política
  - 3.4.1. Análise de candidatura
  - 3.4.2. Análise de contexto
  - 3.4.3. Objetivos
- 3.5. Capacitação de candidatos
  - 3.5.1. Inteligência emocional
  - 3.5.2. Inteligência social
  - 3.5.3. Atitude, aptidão, visão, erros
- 3.6. Estratégias
  - 3.6.1. Fundamentos da campanha
  - 3.6.2. Cumprimento dos objetivos
  - 3.6.3. Cronograma
  - 3.6.4. Um acompanhante
- 3.7. A identidade marca
  - 3.7.1. *Claim*
  - 3.7.2. Imagem gráfica
  - 3.7.3. Janela digital
  - 3.7.4. Propaganda
- 3.8. Equipe humana
  - 3.8.1. Visão
  - 3.8.2. papéis
  - 3.8.3. Exemplos
- 3.9. Modelo de projeto
  - 3.9.1. Pilares temáticos
  - 3.9.2. Motivação essencial
  - 3.9.3. Exemplos
- 3.10. Mover-se
  - 3.10.1. Atos
  - 3.10.2. A maré
  - 3.10.3. Conclusões



“

*Graças ao método Relearning da TECH, você aprenderá o conteúdo deste programa de forma rápida e flexível. Não espere mais e matricule-se já!*

05

# 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.



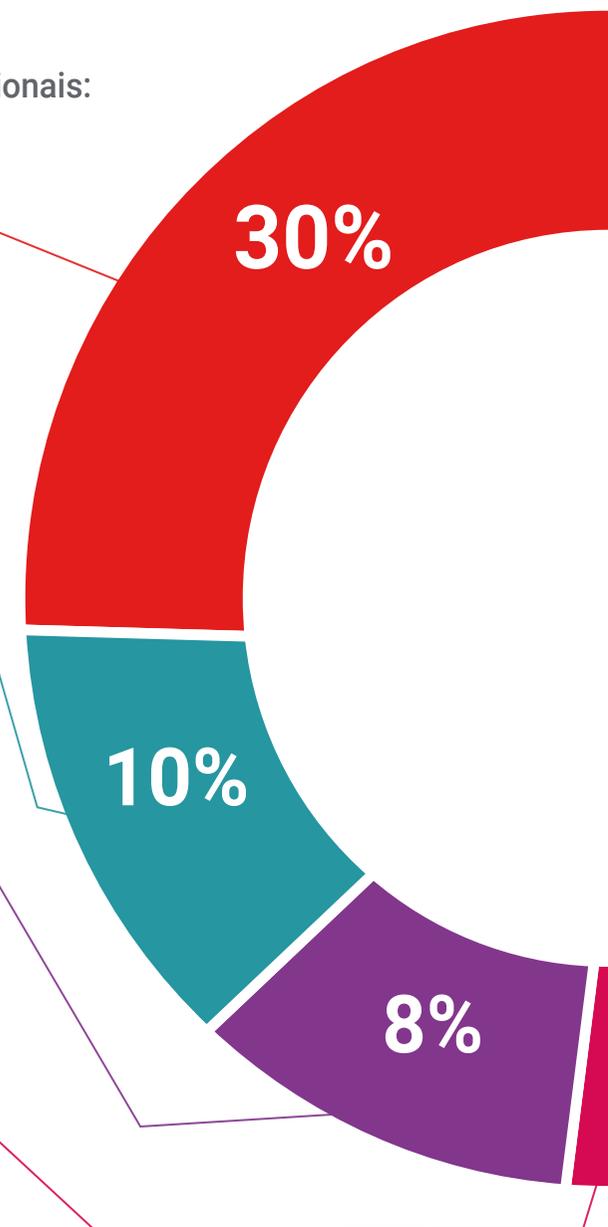
#### Práticas de habilidades e competências

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.



06

# Certificado

O Programa Avançado de Criação de Anúncios e Comunicação Publicitária 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 Criação de Anúncios e Comunicação Publicitária** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* do **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 Criação de Anúncios e Comunicação Publicitária**

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 compreensão  
atenção personalizada  
conhecimento inovação  
presente qualidade  
desenvolvimento sustentabilidade

**tech** universidade  
tecnológica

**Programa Avançado**  
Criação de Anúncios e  
Comunicação Publicitária

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

# Programa Avançado

Criação de Anúncios e  
Comunicação Publicitária