

# Programa Avançado

## Criatividade Publicitária





**tech** universidade  
tecnológica

## Programa Avançado Criatividade 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-criatividade-publicitaria](http://www.techtitute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-criatividade-publicitaria)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 12*

04

Metodologia

---

*pág. 18*

05

Certificado

---

*pág. 26*

# 01

# Apresentação

O programa de criatividade publicitária proporcionará ao aluno uma visão abrangente do pensamento criativo, bem como sua aplicação na área da publicidade e das relações públicas. Através dessa capacitação, o aluno será capaz de compreender e assimilar o processo criativo em qualquer circunstância vital, enfatizando a comunicação persuasiva. Dessa forma, o profissional poderá adquirir as ferramentas necessárias para administrar com sucesso a criação publicitária, alcançando posições relevantes no setor, nas quais poderá contribuir com todo o seu valor para atingir os objetivos estabelecidos pela empresa.



SHARE

orem ipsum dolor sit amet consec  
tur adipiscing elit sed do eiusmod.

02



CH

Lores  
tetur

# MEDIA COMMUNICATION

**LIKE**

Lorem ipsum dolor sit amet conseq  
tetur adipiscing elit sed do eiusmod.

01 



**AT**

ipsum dolor sit amet co  
adipiscing elit se

“

*Os criativos publicitários são um dos perfis profissionais mais disputados atualmente, visto que seu trabalho favorece a rentabilidade das empresas”*

A criatividade é um aspecto fundamental da publicidade, um setor onde é necessário manter-se em constante inovação para transmitir sua mensagem ao público de forma eficaz. Por esse motivo, a qualificação do profissional nessa área é de grande relevância na sociedade atual, caracterizada pela crescente dependência da publicidade através de diferentes canais, a fim de direcionar suas ações comerciais.

Com o objetivo de qualificar o profissional dessa área, a TECH desenvolveu este Programa Avançado com grande qualidade acadêmica, que permitirá ao aluno adquirir uma perspectiva abrangente sobre a redação de textos publicitários e a possibilidade de conhecer a finalidade de um anúncio. Para isso, serão abordadas várias regras e advertências, com o objetivo de tornar a redação eficaz e profissional.

Além disso, a TECH disponibilizará um compêndio de conhecimentos relacionados à redação de textos publicitários, possibilitando ao aluno aprender a aplicar e analisar as peculiaridades de redação das diferentes mensagens: cartas, folhetos, anúncios de imprensa, outdoors, comerciais, spots, etc., tanto em aspectos teóricos como em casos práticos. Dessa forma, o aluno será capaz de implementar as diretrizes, princípios e modelos de referência aprendidos sobre a redação publicitária nas mídias e plataformas mais atuais, incluindo a internet e as redes sociais, adquirindo habilidades de redação e a capacidade de estimular a imaginação gerando ideias originais em qualquer formato publicitário.

Esse programa destina-se especialmente ao profissional que busca tornar-se um diretor de arte na área da publicidade. Uma das principais características desse perfil de profissional é a ambição por aprimorar constantemente sua atuação, a fim de conhecer e explorar os limites da comunicação para surpreender e captar o receptor de sua mensagem, razão pela qual esse Programa Avançado será um diferencial de qualidade em sua formação, marcando um antes e um depois em sua forma de trabalhar.

Sem dúvida, um programa que será um divisor de águas na qualificação do aluno e que, além disso, poderá estudar de forma 100% online, o que é uma vantagem, sobretudo, para o profissional que precisa conciliar o tempo de estudo com as demais obrigações diárias. Essa modalidade digital é garantida graças ao uso de metodologias didáticas totalmente inovadoras, que facilitarão a aprendizagem.

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

- ♦ O uso da mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ O sistema de ensino, intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos de fácil assimilação e compreensão
- ♦ O desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas em prática
- ♦ Sistemas de vídeo interativo de última geração
- ♦ Ensinamentos apoiados pela prática online
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem autorregulada, o que permite total compatibilidade com outras ocupações
- ♦ Exercícios práticos para autoavaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educacionais: perguntas aos especialistas, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ A comunicação com a equipe de professores e o trabalho de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis



*Conheça os principais desafios da criatividade publicitária e desenvolva as habilidades necessárias para ser bem-sucedido nesta área”*

“

*Se você busca posições relevantes na área da publicidade, este Programa Avançado será uma qualificação essencial em seu currículo”*

O corpo docente deste programa é composto por profissionais de diferentes áreas relacionadas a esta especialidade. Dessa forma, a TECH pode oferecer o objetivo de atualização acadêmica a que se propôs. Uma equipe multidisciplinar de profissionais experientes em diferentes ambientes, que desenvolverão os conhecimentos teóricos, de forma eficiente, mas, acima de tudo, colocarão a serviço dos estudantes os conhecimentos práticos derivados de sua própria experiência.

Este domínio do assunto é complementado pela eficácia do desenho metodológico. Desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de especialistas em e-learning, esta capacitação integra os últimos avanços da tecnologia educacional. Desta forma, o estudante poderá estudar com uma gama de ferramentas multimídia confortáveis e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita para seu processo de estudo.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas. Uma abordagem que concebe a aprendizagem como um processo eminentemente prático. Para **conseguir-lo** remotamente, utilizamos a prática online. Com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo e do **Learning From an Expert** o aluno poderá adquirir os conhecimentos como se estivesse diante de um caso real. Um conceito que lhe permitirá integrar e fixar a aprendizagem de uma forma mais realista e permanente.

*Este Programa Avançado lhe permitirá atuar no setor publicitário, desenvolvendo sua faceta mais criativa.*

*A TECH aposta na inovação tecnológica e no ensino digital como o principal método de aprendizagem.*



02

# Objetivos

O principal objetivo deste Programa Avançado de Criatividade Publicitária da TECH é proporcionar ao aluno as ferramentas necessárias, tanto técnicas como pessoais, que serão fundamentais para o crescimento profissional no setor publicitário, permitindo alcançar o nível de excelência exigido pelas atuais companhias. Dessa forma, o aluno adquirirá uma capacitação avançada que permitirá ao aluno desenvolver suas habilidades mais criativas para criar mensagens publicitárias de sucesso.





“

*Se você é apaixonado pela publicidade, não perca este Programa Avançado, onde encontrará as ferramentas essenciais para desenvolver seu lado mais criativo”*



## Objetivo Geral

---

- ♦ Adquirir os conhecimentos necessários para realizar a comunicação publicitária adequada utilizando as ferramentas mais avançadas

“

*Um caminho para o crescimento profissional que impulsionará você para uma maior competitividade no mercado de trabalho”*





## Objetivos Específicos

---

### Módulo 1. Criatividade em comunicação

- ♦ Compreender a estrutura e transformação da sociedade atual em relação aos elementos, formas e processos da comunicação publicitária e de relações públicas
- ♦ Fomentar a criatividade e a persuasão através de diferentes mídias e meios de comunicação
- ♦ Conhecer os elementos, formas e processos das linguagens publicitárias e outras formas de comunicação persuasiva
- ♦ Conhecer as ferramentas significativas e apropriadas para o estudo da publicidade e das relações públicas
- ♦ Conhecer as áreas de publicidade e relações públicas e suas estruturas e estruturas organizacionais
- ♦ Identificar os perfis profissionais de publicidade e de relações públicas, bem como as principais habilidades exigidas a eles em sua prática profissional
- ♦ Identificar os princípios fundamentais da criatividade humana e sua aplicação nas manifestações de comunicação persuasiva

### Módulo 2. Criatividade publicitária I: Redação

- ♦ Saber usar tecnologias e técnicas de informação e comunicação, nos vários meios ou sistemas de mídia combinados e interativos
- ♦ Reconhecer os elementos, formas e processos das linguagens publicitárias e outras formas de comunicação persuasiva
- ♦ Reconhecer as ferramentas significativas e apropriadas para o estudo da publicidade e das relações públicas
- ♦ Saber analisar os elementos que constituem a mensagem publicitária: elementos gráficos, elementos audiovisuais e elementos musicais e sonoros

- ♦ Assumir o papel criativo de redator dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Ser capaz de desempenhar o papel profissional de redator dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição

### Módulo 3. Criatividade publicitária II: Direção de arte

- ♦ Compreender a natureza e o potencial comunicativo das imagens e do design gráfico
- ♦ Conhecer o processo criativo publicitário
- ♦ Produzir obras publicitárias em tempo oportuno, de acordo com as especificações dos diferentes gêneros de publicidade e relações públicas
- ♦ Ser capaz de desempenhar o papel profissional de diretor de arte dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Participar na produção de publicidade audiovisual
- ♦ Fomentar a criatividade e a persuasão através de diferentes mídias e meios de comunicação

# 03

## Estrutura e conteúdo

Este Programa Avançado de Criatividade Publicitária da TECH conta com um plano de estudos cuidadosamente estruturado em unidades didáticas que facilitarão a aprendizagem do aluno. Dessa forma, será possível manter-se atualizado em um setor altamente competitivo que requer profissionais qualificados e atualizados com as principais técnicas da área. Um programa único, tanto pela qualidade do seu conteúdo como pela equipe de professores.



“

*Obtenha uma experiência acadêmica de sucesso através dos conceitos e estratégias mais recentes em criatividade publicitária”*

## Módulo 1. Criatividade na Comunicação

- 1.1. Criar é pensar
  - 1.1.1. A arte da pensar
  - 1.1.2. Pensamento criativo e criatividade
  - 1.1.3. Pensamento e cérebro
  - 1.1.4. As linhas de pesquisa sobre criatividade: sistematização
- 1.2. Natureza do processo criativo
  - 1.2.1. Natureza da criatividade
  - 1.2.2. A noção de criatividade: criação e criatividade
  - 1.2.3. A criação de ideias a serviço da comunicação persuasiva
  - 1.2.4. Natureza do processo criativo na publicidade
- 1.3. A invenção
  - 1.3.1. Evolução e análise histórica do processo de criação
  - 1.3.2. Natureza do cânone clássico da inventio
  - 1.3.3. A visão clássica da inspiração na origem das ideias
  - 1.3.4. Invenção, inspiração, persuasão
- 1.4. Retórica e comunicação persuasiva
  - 1.4.1. Retórica e publicidade
  - 1.4.2. As partes retóricas da comunicação persuasiva
  - 1.4.3. Figuras retóricas
  - 1.4.4. Leis retóricas e funções da linguagem publicitária
- 1.5. Comportamento e personalidade criativa
  - 1.5.1. A criatividade como característica pessoal, como produto e como processo
  - 1.5.2. Comportamento criativo e motivação
  - 1.5.3. Percepção e pensamento criativo
  - 1.5.4. Elementos de criatividade
- 1.6. Habilidades e capacidades criativas
  - 1.6.1. Sistemas de pensamento e modelos de inteligência criativa
  - 1.6.2. O modelo tridimensional da estrutura do intelecto de Guilford
  - 1.6.3. Interação entre fatores e capacidades do intelecto
  - 1.6.4. Habilidades criativas
  - 1.6.5. Competências criativas

- 1.7. As fases do processo criativo
  - 1.7.1. A criatividade como um processo
  - 1.7.2. As fases do processo criativo
  - 1.7.3. As fases do processo criativo na publicidade
- 1.8. A solução de problemas
  - 1.8.1. Criatividade e resolução de problemas
  - 1.8.2. Bloqueios perceptivos e emocionais
  - 1.8.3. Metodologia da invenção: programas e métodos criativos
- 1.9. Os métodos do pensamento criativo
  - 1.9.1. O *brainstorming* como modelo de criação de ideias
  - 1.9.2. Pensamento vertical e lateral
  - 1.10. Criatividade e comunicação publicitária
    - 1.10.1. O processo criativo como um produto específico da comunicação publicitária
    - 1.10.2. Caráter do processo criativo na publicidade: a criatividade e o processo de criação na publicidade
    - 1.10.3. Princípios metodológicos e efeitos da criação publicitária
    - 1.10.4. Criação publicitária: do problema à solução
    - 1.10.5. Criatividade e comunicação persuasiva

## Módulo 2. Criatividade Publicitária I: Redação Publicitária

- 2.1. Conceito de redação
  - 2.1.1. Redação e escrita
  - 2.1.2. Redação e pensamento
  - 2.1.3. Redação e organização
- 2.2. Fundamentos da redação publicitária
  - 2.2.1. A correção
  - 2.2.2. A adaptação
  - 2.2.3. A eficácia
- 2.3. Características da redação publicitária
  - 2.3.1. Nominalização
  - 2.3.2. Desestruturação
  - 2.3.3. Concentração expressiva

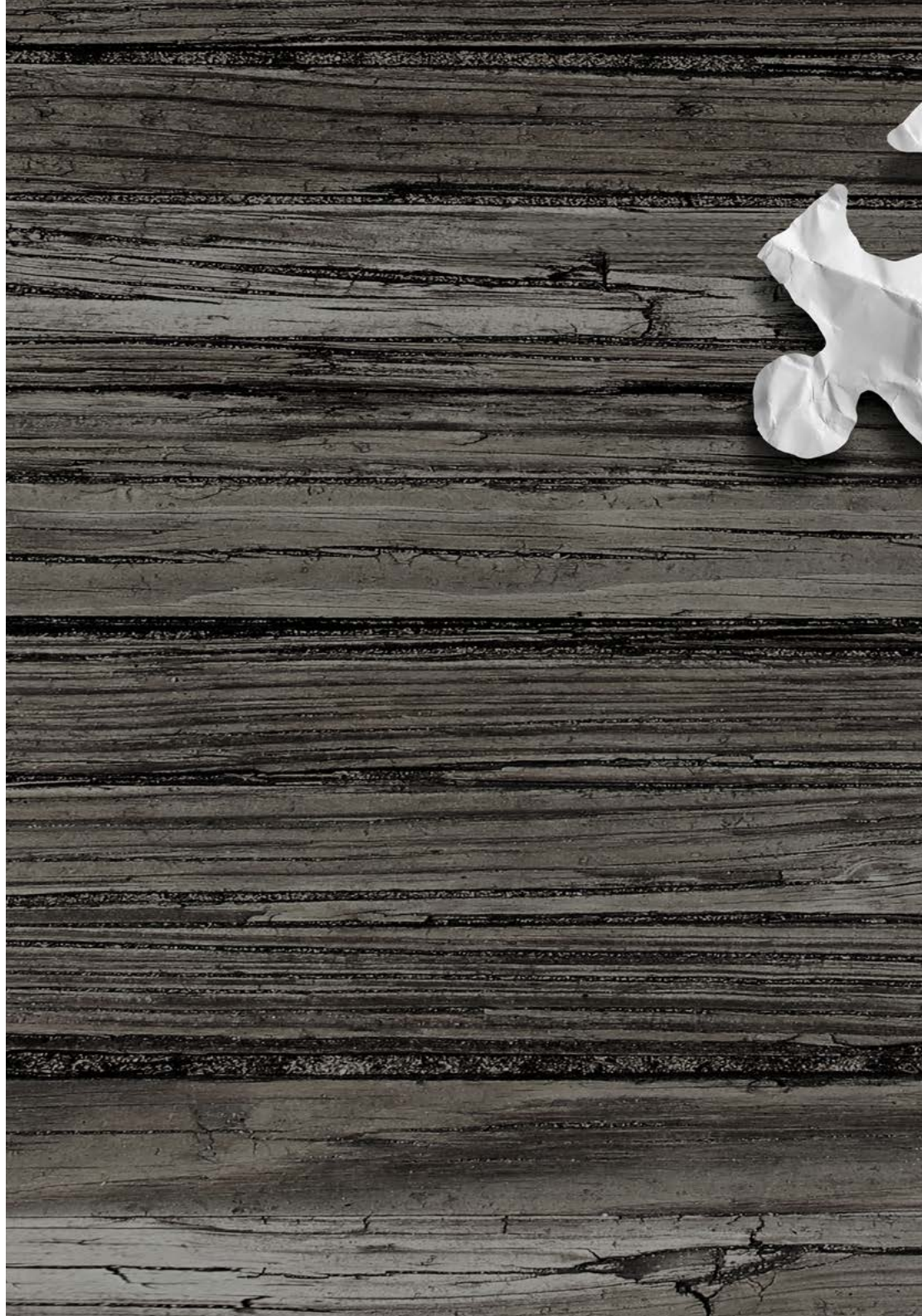


- 2.4. Texto e imagem
  - 2.4.1. Do texto à imagem
  - 2.4.2. Funções de texto
  - 2.4.3. Funções da imagem
  - 2.4.4. Relação entre texto e imagem
- 2.5. A marca e o slogan
  - 2.5.1. A marca
  - 2.5.2. Características da marca
  - 2.5.3. O slogan
- 2.6. Publicidade direta
  - 2.6.1. O folheto
  - 2.6.2. O catálogo
  - 2.6.3. Outros anexos
- 2.7. Publicidade na imprensa: o anúncio em grande formato
  - 2.7.1. Jornais e revistas
  - 2.7.2. Superestrutura
  - 2.7.3. Características formais
  - 2.7.4. Características de redação
- 2.8. Publicidade de imprensa: outros formatos
  - 2.8.1. Anúncios por palavras
  - 2.8.2. Superestrutura
  - 2.8.3. A reclamação
  - 2.8.4. Superestrutura
- 2.9. Publicidade exterior
  - 2.9.1. Formatos
  - 2.9.2. Características formais
  - 2.9.3. Características de redação
- 2.10. Publicidade no rádio
  - 2.10.1. A linguagem do rádio
  - 2.10.2. Os anúncios no rádio
  - 2.10.3. Superestrutura
  - 2.10.4. Tipos de anúncios
  - 2.10.5. Características formais

- 2.11. Publicidade audiovisual
  - 2.11.1. A imagem
  - 2.11.2. O texto
  - 2.11.3. Música e efeitos sonoros
  - 2.11.4. Formatos publicitários
  - 2.11.5. O roteiro
  - 2.11.6. O *Story Board*

### Módulo 3. Criatividade Publicitária II: Direção de Arte

- 3.1. Temas e objeto do design gráfico publicitário
  - 3.1.1. Perfis profissionais relacionados
  - 3.1.2. Contexto acadêmico e competências
  - 3.1.3. Anunciante e agência
- 3.2. Direção criativa e ideia criativa
  - 3.2.1. Processo criativo
  - 3.2.2. Tipos de processos criativos
  - 3.2.3. Direção de arte e ideia formal
- 3.3. O papel do diretor de arte
  - 3.3.1. O que é direção de arte?
  - 3.3.2. Como funciona a direção de arte
  - 3.3.3. A equipe criativa
  - 3.3.4. O papel do diretor de arte
- 3.4. Fundamentos do design gráfico publicitário
  - 3.4.1. Conceitos e padrões de design
  - 3.4.2. Tendências e estilos
  - 3.4.3. Pensamento, processo e gestão de projetos
  - 3.4.4. Metáfora científica
- 3.5. Metodologia da gráfica publicitária
  - 3.5.1. Criatividade gráfica
  - 3.5.2. Processo de design
  - 3.5.3. Comunicação e estética





- 3.6. Estratégia gráfica
  - 3.6.1. Apreensão formal
  - 3.6.2. Mensagem gráfica
  - 3.6.3. Estado estético
- 3.7. Arquitetura gráfica
  - 3.7.1. Tipometria
  - 3.7.2. Espaços gráficos
  - 3.7.3. Malhas
  - 3.7.4. Normas da páginas
- 3.8. Artes finais
  - 3.8.1. Artes finais
  - 3.8.2. Processos
  - 3.8.3. Sistemas
- 3.9. Criação de suportes gráficos publicitários
  - 3.9.1. Empresa de publicidade
  - 3.9.2. Imagem Visual Organizacional (IVO)
- 3.10. Anúncios gráficos publicitários
  - 3.10.1. *Packaging*
  - 3.10.2. Sites
  - 3.10.3. Imagem corporativa em sites



*Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional”*

04

# 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.



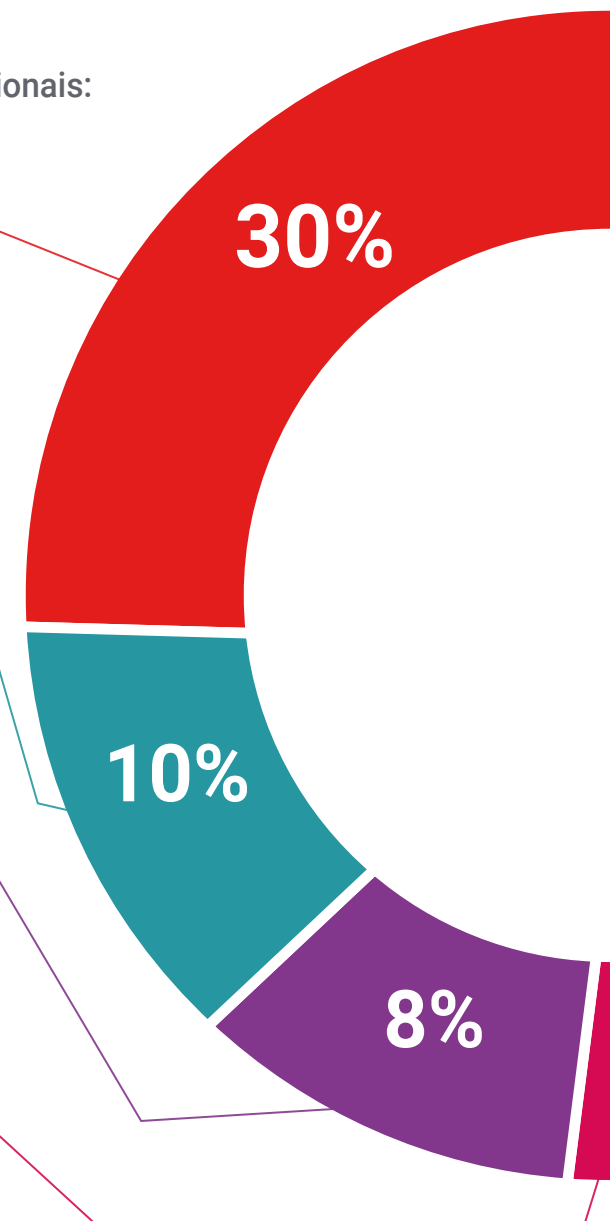
#### Práticas de habilidades e competências

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.



05

# Certificado

O Programa Avançado de Criatividade 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 seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Programa Avançado de Criatividade Publicitária** conta com o conteúdo 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 Criatividade 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 compromisso  
atenção personalizada  
conhecimento inovação  
presente qualidade  
desenvolvimento sustentável

**tech** universidade  
tecnológica

**Programa Avançado**  
**Criatividade Publicitária**

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

# Programa Avançado

## Criatividade Publicitária

