

Programa Avançado

Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias



Programa Avançado Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias

- » 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-desenvolvimento-criativo-campanhas-publicitarias

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

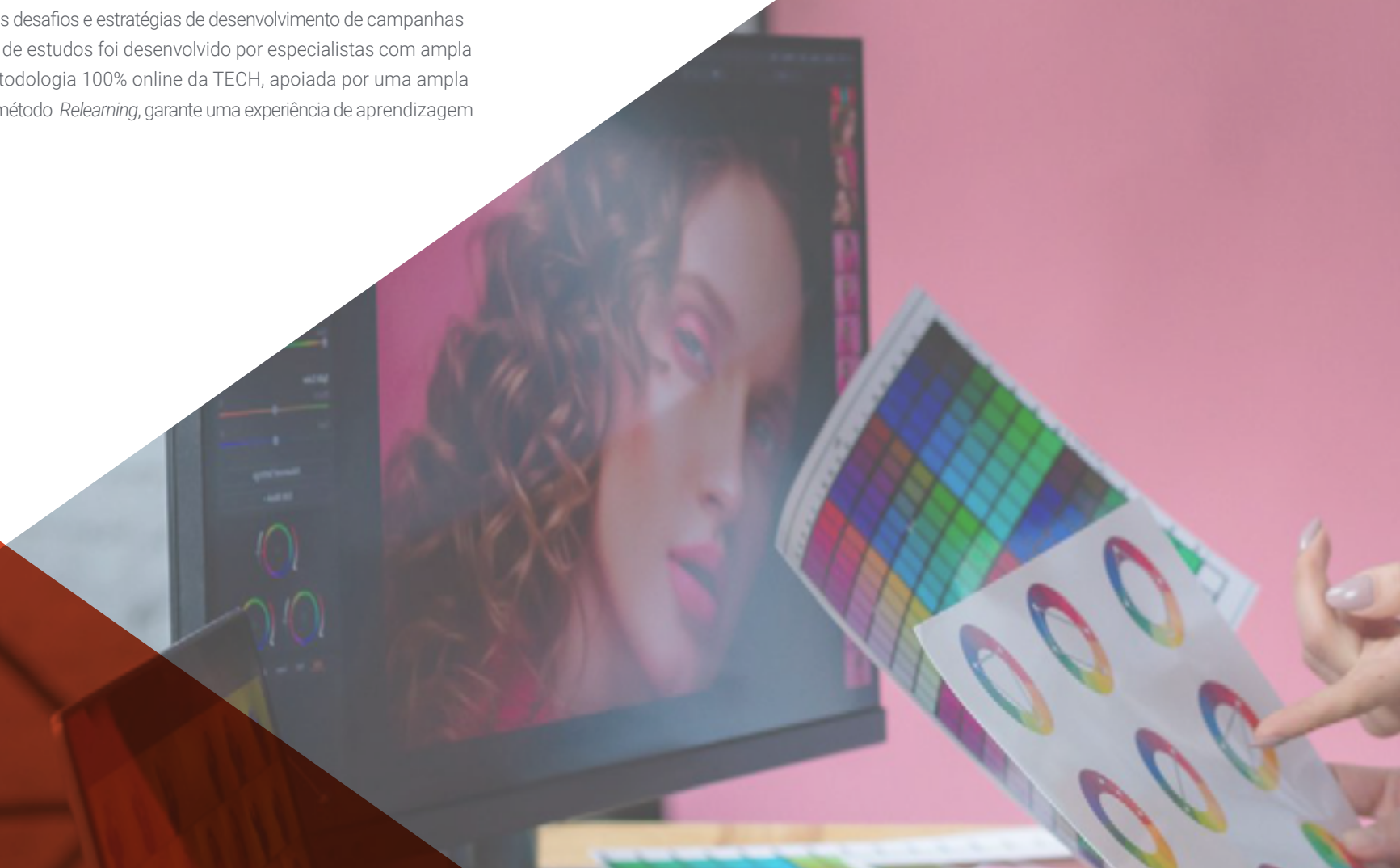
Certificado

pág. 30

01

Apresentação

A realidade da publicidade tem se tornado cada vez mais competitiva, com diferentes marcas inovando sua estratégia de geração de conteúdo. Isso faz com que o público exija ser surpreendido para captar sua atenção. Nesse contexto, tanto a originalidade quanto a alta especialização se tornaram uma necessidade para comunicadores e criativos. Dessa forma, este programa oferece um aprofundamento nos principais desafios e estratégias de desenvolvimento de campanhas promocionais. Para isso, seu programa de estudos foi desenvolvido por especialistas com ampla experiência no setor. Além disso, a metodologia 100% online da TECH, apoiada por uma ampla variedade de conteúdos multimídia e pelo método *Relearning*, garante uma experiência de aprendizagem flexível e eficaz.



“

*Inscreva-se agora neste programa
100% online para impulsionar sua
carreira e desenvolver campanhas
publicitárias impactantes”*

O setor de publicidade está em um estado constante de evolução, marcado pela mudança de modelos criativos, pelo surgimento de novas tecnologias e pela crescente demanda por maior eficiência na execução de campanhas. Este contexto exige que os profissionais de publicidade se mantenham atualizados com as últimas tendências, bem como adquiram habilidades que lhes permitam se destacar. É nesse cenário que o programa da TECH Universidade Tecnológica se apresenta como um recurso essencial, fornecendo uma capacitação prática e estratégica para se destacar nesse campo dinâmico.

Assim, o plano de estudos deste Programa Avançado de Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias aborda especificamente os desafios contemporâneos, aprofundando-se em modelos criativos em constante mudança e na integração eficiente de novas tecnologias em campanhas publicitárias. Também analisa a necessidade de desenvolver conteúdo multiplataforma, *crossmedia* e *transmedia* para se conectar efetivamente com diversos públicos e em diferentes canais. Além disso, a otimização do *Storytelling* nas diversas mídias, tanto *online* como *offline*. Essa abordagem não apenas se adapta às demandas atuais, mas também antecipa e prepara os alunos para os desafios futuros.

Em termos de metodologia, destaca-se por ser 100% online, permitindo que os profissionais tenham acesso à formação sem restrições geográficas. A metodologia *Relearning* é apresentada como uma abordagem eficaz, baseada na repetição de conceitos-chave para fixar o conhecimento e facilitar o aprendizado contínuo. Essa combinação de flexibilidade e abordagem prática garante que os alunos não apenas adquiram conhecimento teórico, mas também desenvolvam habilidades que são imediatamente aplicáveis no ambiente de trabalho.

Este **Programa Avançado de Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias
- ♦ 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



Eleve sua carreira profissional a outro patamar com este Programa Avançado, na qual você lidará com as relações do publicitário com outras partes interessadas”

“

Você aprofundará sua compreensão da necessidade de implementar novas tecnologias para obter um anúncio inovador”

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.

Obtenha uma atualização sobre estratégias eficazes de marketing de conteúdo na melhor universidade digital do mundo, de acordo com a Forbes.

Matricule-se e você dominará habilidades avançadas de Storytelling para cativar seu público e gerar impressões duradouras nos usuários.



02

Objetivos

O principal objetivo deste Programa Avançado é capacitar os alunos no desenvolvimento criativo de campanhas publicitárias. Para isso, analisa as habilidades essenciais para se destacar em um ambiente de publicidade competitivo e em constante mudança. Além disso, este programa se aprofunda na relevância que o *Branded Content* adquiriu e no valor agregado que sua simbiose com o marketing de conteúdo traz. Todos esses objetivos são alcançados de maneira simples e eficaz por meio do uso da metodologia inovadora *Relearning*.





“

Mais de 450 horas do melhor conteúdo multimídia para ajudar você a atingir todos os seus objetivos o aguardam neste Programa Avançado”



Objetivos gerais

- ♦ Aprimorar o conhecimento e as habilidades profissionais para poder realizar a integração e o desempenho do trabalho em um departamento de criação de qualquer tipo de agência ou departamento de marketing
- ♦ Assimilar o conhecimento teórico/prático que permite que as funções criativas sejam realizadas a partir de qualquer perspectiva
- ♦ 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
- ♦ Capacitar o profissional, por meio das habilidades necessárias, a aprimorar a solução de problemas e desenvolver as competências profissionais essenciais
- ♦ Conhecer profundamente os novos projetos de valor para a comunicação comercial a comunicação
- ♦ Obter um conhecimento profundo das ferramentas mais recentes para apoiar a criatividade
- ♦ Desenvolver ações e iniciativas para melhorar os resultados criativos, em colaboração com os outros agentes envolvidos em sua concepção
- ♦ Usar ferramentas para apoiar a criatividade





Objetivos específicos

Módulo 1. Criatividade publicitária

- ♦ Compreender em profundidade o que é criatividade, como ela se desenvolveu com o avanço das novas tecnologias e como ela influencia diferentes áreas profissionais
- ♦ Detalhar os desafios que um criativo enfrenta
- ♦ Evidenciar os valores da colaboração criativa
- ♦ Demonstrar a relevância da criatividade em diferentes profissões
- ♦ Examinar as melhores condições para estimular a criatividade
- ♦ Compreender o papel da criatividade na publicidade
- ♦ Estudar as referências artísticas da criatividade
- ♦ Prever os desafios do ambiente competitivo e em constante mudança
- ♦ Convidar para ultrapassar limites
- ♦ Ajudar a entender que todo desafio é uma oportunidade de crescimento

Módulo 2. O *branded content*

- ♦ Destacar a importância do *branded content* e sua relação com o marketing de conteúdo
- ♦ Explicar o que é *branded content* e suas semelhanças com a publicidade tradicional
- ♦ Detalhar os requisitos para a criação de *branded content*
- ♦ Abordar os tipos de *branded content* que podem ser bem-sucedidos
- ♦ Apontar as características dos vídeos virais e suas utilidades
- ♦ Apresentar o marketing de conteúdo como um componente essencial da nova comunicação
- ♦ Atribuir significado ao *storytelling* e sua distribuição em várias plataformas e redes sociais
- ♦ Estudar as características e diferenças dos eventos virtuais

Módulo 3. Competências de um criativo publicitário

- ♦ Analisar as habilidades profissionais necessárias para ter sucesso na área da criatividade publicitária
- ♦ Aprender a procurar empregos de forma criativa, criar uma marca pessoal forte e lidar com o desemprego e as mudanças no setor
- ♦ Investigar como agir no trabalho, tanto em momentos de sucesso quanto de fracasso, e como se integrar ao ambiente de trabalho
- ♦ Conhecer as carreiras de profissionais criativos e empresas de destaque nas áreas de marketing e publicidade
- ♦ Ajudar a entender o que significa sucesso e como alcançá-lo
- ♦ Abordar como é a vida de um criativo, tanto no trabalho quanto fora dele
- ♦ Saber como tirar o máximo proveito da profissão criativa



Torne-se um criador publicitário excepcional e supere suas metas de carreira. Matricule-se já!"

03

Direção do curso

Em sua máxima de oferecer uma educação de elite para todos, a TECH conta com especialistas com um histórico excepcional no campo do Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias. A vasta experiência desses profissionais garante uma capacitação eficaz e adaptada às demandas atuais do setor. Com seu conhecimento prático e visão estratégica, os alunos não receberão apenas preparação teórica, mas também uma imersão profunda em desafios e oportunidades do mundo real. Esses publicitários renomados orientarão os alunos durante os 6 meses do desenvolvimento acadêmico do programa.



NEVER ENDING

CREATIVITY

shaping up your business

GET START



“

Você dominará habilidades estratégicas que lhe permitirão alcançar o sucesso com líderes no campo da publicidade criativa”

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 Desenvolvimento Criativo em Campanhas Publicitárias oferece uma imersão abrangente nos desafios e estratégias essenciais para se destacar no setor. O plano de estudos se aprofunda nos desafios que os criativos enfrentam no desenvolvimento de estratégias inovadoras, fornecendo ferramentas práticas para superar obstáculos e promover a originalidade. Além disso, se aprofunda em conceitos cruciais, como o marketing de conteúdo, revelando como criar narrativas persuasivas para cativar o público. Também aborda, por meio de 450 horas de conteúdo multimídia, situações realistas, capacitando os alunos sobre como agir quando uma marca perde a credibilidade no setor.





“

Com o plano de estudos da TECH, você se destacará em um setor de publicidade em constante evolução”

Módulo 1. Criatividade publicitária

- 1.1. O que é a criatividade?
 - 1.1.1. Definições
 - 1.1.2. Modelos criativos em constante mudança. Surgimento de novas tecnologias, necessidade de ganhos de eficiência
 - 1.1.3. Desafios para os criativos no desenvolvimento de estratégias inovadoras. Os benefícios da colaboração
 - 1.1.4. Profissões em que há demanda por criatividade
 - 1.1.5. Pessoas que se destacaram por sua criatividade excepcional
- 1.2. As melhores condições para criar. Geração de ideias
 - 1.2.1. Fases da criatividade
 - 1.2.2. Foco no problema
 - 1.2.3. Relaxar, aproveitar
 - 1.2.4. Errar
 - 1.2.5. Brincadeiras e técnicas para estimular as brincadeiras
- 1.3. O sujeito criativo
 - 1.3.1. Demandas sobre a criatividade
 - 1.3.2. Estabilidade
 - 1.3.3. A kryptonita do criativo
 - 1.3.4. Apaixonar-se pelo projeto
 - 1.3.5. Criatividade boa ou ruim?
 - 1.3.6. A memória do criativo
- 1.4. Desafios para a criatividade no desenvolvimento de estratégias inovadoras
 - 1.4.1. Relações com clientes: empresas, indivíduos, organizações, territórios
 - 1.4.2. Relações com outros *stakeholders*: fornecedores (fotógrafos, planejadores, emissoras, designers, etc.), colegas, gerentes de agência, inteligência artificial, etc.
 - 1.4.3. Relacionamento com os consumidores
 - 1.4.4. A importância de criar em equipe
- 1.5. O contexto de um projeto criativo
 - 1.5.1. Introdução no mercado de um produto inovador
 - 1.5.2. Estratégia para abordar a criatividade
 - 1.5.3. Produtos ou serviços complexos
 - 1.5.4. Comunicação personalizada
- 1.6. Tipos de anúncios. Criativos e não criativos
 - 1.6.1. Inovadores, genéricos, imitações, etc
 - 1.6.2. Diferenças entre os anúncios originais
 - 1.6.3. Maneiras de conquistar clientes com criatividade
- 1.7. Criatividade artística na comunicação
 - 1.7.1. 21 razões para ser criativo
 - 1.7.2. O que chamamos de arte na comunicação?
 - 1.7.3. Referências artísticas de criatividade publicitária
- 1.8. Novos desafios criativos
 - 1.8.1. Novos canais, tecnologias, tendências, etc
 - 1.8.2. O desenvolvimento de um novo formato
 - 1.8.3. A necessidade de implementar novas tecnologias em um anúncio inovador
 - 1.8.4. A entrada de concorrentes
 - 1.8.5. Ciclo de vida de uma ideia
 - 1.8.6. Sustentabilidade, linguagem inclusiva
- 1.9. Tendências em criatividade publicitária
 - 1.9.1. Papel dos clientes na tomada de decisões
 - 1.9.2. Novos métodos e meios
 - 1.9.3. Novas tecnologias
- 1.10. Limites da criatividade publicitária
 - 1.10.1. Acesso às ideias mais inovadoras
 - 1.10.2. O custo de uma boa ideia
 - 1.10.3. A relevância de uma mensagem
 - 1.10.4. O mapa de decisão
 - 1.10.5. Encontrando o equilíbrio certo

Módulo 2. O *branded content*

- 2.1. O que é o *branded content*
 - 2.1.1. Qual é a semelhança entre a publicidade e o *branded content*
 - 2.1.2. O que é necessário para criá-lo?
 - 2.1.3. Tipologia
 - 2.1.4. Qual conteúdo será bem-sucedido?
 - 2.1.5. Características dos vídeos virais
 - 2.1.6. Utilidade
- 2.2. O que é o marketing de conteúdo
 - 2.2.1. Conteúdo relevante e útil
 - 2.2.2. Conteúdo interativo
 - 2.2.3. Storytelling
 - 2.2.4. Conteúdo multiplataforma, cross-media e transmídia
 - 2.2.5. O valor agregado
 - 2.2.6. Criatividade nas redes sociais
 - 2.2.7. Como ter sucesso nas mídias sociais?
 - 2.2.8. Como fazer com que nosso conteúdo alcance?
- 2.3. Criatividade multimídia
 - 2.3.1. Podcast
 - 2.3.2. **Videocast**
 - 2.3.3. *Photosaring*
 - 2.3.4. Plataforma de apresentação
 - 2.3.5. Vídeos
- 2.4. O que é um evento?
 - 2.4.1. O que é?
 - 2.4.2. Diferença entre a criatividade de um anúncio e a de um evento
 - 2.4.3. A interatividade de um anúncio e a interatividade de um evento
- 2.5. Por que um evento é realizado?
 - 2.5.1. Celebração e entretenimento
 - 2.5.2. Comercialização e promoção
 - 2.5.3. Educação e formação
 - 2.5.4. Redes e conexões
 - 2.5.5. Responsabilidade social e captação de recursos
- 2.6. Como é criada a ideia do evento?
 - 2.6.1. Como gerar ideias criativas?
 - 2.6.2. Como desenvolver uma proposta detalhada?
 - 2.6.3. Conclusões
- 2.7. Onde e como organizar um evento
 - 2.7.1. O evento certo no lugar certo
 - 2.7.2. O orçamento certo
 - 2.7.3. Não há espaço para improvisação
 - 2.7.4. A comida em seu ponto
 - 2.7.5. O que pode dar errado em um evento? Exemplos
 - 2.7.6. Um plano B
- 2.8. Como estimular a emoção em um evento?
 - 2.8.1. Surpresa nos eventos
 - 2.8.2. Empatia nos eventos
 - 2.8.3. Sentimentos
- 2.9. Criatividade em todo o processo organizacional
 - 2.9.1. Criatividade na geração de ideias
 - 2.9.2. Criatividade no design de experiência
 - 2.9.3. Criatividade em planejamento e logística
 - 2.9.4. Criatividade no design de materiais e promoção
 - 2.9.5. Criatividade na criação de experiências interativas e participativas
 - 2.9.6. Surpresas e elementos inesperados
 - 2.9.7. Criatividade em entretenimento e conteúdo
 - 2.9.8. Resolução criativa de problemas em tempo real
 - 2.9.9. Criatividade até na hora da coleta
 - 2.9.10. Criatividade no pré-evento e pós-evento
- 2.10. Eventos virtuais
 - 2.10.1. O que é um evento virtual?
 - 2.10.2. Diferenças entre um evento virtual e um presencial
 - 2.10.3. Criatividade em eventos virtuais

Módulo 3. Competências de um criativo publicitário

- 3.1. Profissões
 - 3.1.1. Profissões relacionadas ao marketing
 - 3.1.2. Profissões relacionadas à publicidade
 - 3.1.3. Exemplos
- 3.2. Como identificar talentos?
 - 3.2.1. Habilidades relacionadas a criatividade publicitária
 - 3.2.2. Atividades relacionadas a criatividade publicitária
 - 3.2.3. Exemplos
- 3.3. Como conseguir um emprego em criatividade publicitária?
 - 3.3.1. Como se candidatar a um emprego de forma criativa?
 - 3.3.2. Como criar uma marca que lhe garanta estabilidade no emprego?
 - 3.3.3. Como lidar com um período de de desemprego?
 - 3.3.4. Como se adaptar às mudanças no setor?
- 3.4. Como agir no local de trabalho?
 - 3.4.1. Quando você obterá sucesso?
 - 3.4.2. Quando você irá falhar?
 - 3.4.3. Como se integrar?
- 3.5. Como agir quando sua marca perde a credibilidade no setor?
 - 3.5.1. Reposicionamento da marca
 - 3.5.2. Reativação da marca
 - 3.5.3. Exemplos
- 3.6. Trajetórias de criativos de referência
 - 3.6.1. Criativos de marketing
 - 3.6.2. Criativos de publicidade
 - 3.6.3. Exemplos



- 3.7. Trajetórias de empresas que são referência
 - 3.7.1. Empresas e departamentos de marketing
 - 3.7.2. Empresas de publicidade
 - 3.7.3. Exemplos
- 3.8. Como obter sucesso?
 - 3.8.1. O que é sucesso?
 - 3.8.2. Pense bem e você estará certo
 - 3.8.3. Exemplos
- 3.9. Como é a vida de um criativo?
 - 3.9.1. No trabalho
 - 3.9.2. Fora do trabalho
 - 3.9.3. Conclusões
- 3.10. Como aproveitar a profissão criativa?
 - 3.10.1. Paixão pela criatividade
 - 3.10.2. Gestão do estresse e bloqueio criativo
 - 3.10.3. Cultivando a criatividade pessoal

“ Com este programa, você dominará os Briefs criativos e as propostas persuasivas para os clientes. Não hesite mais e participe deste Programa Avançado”



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.



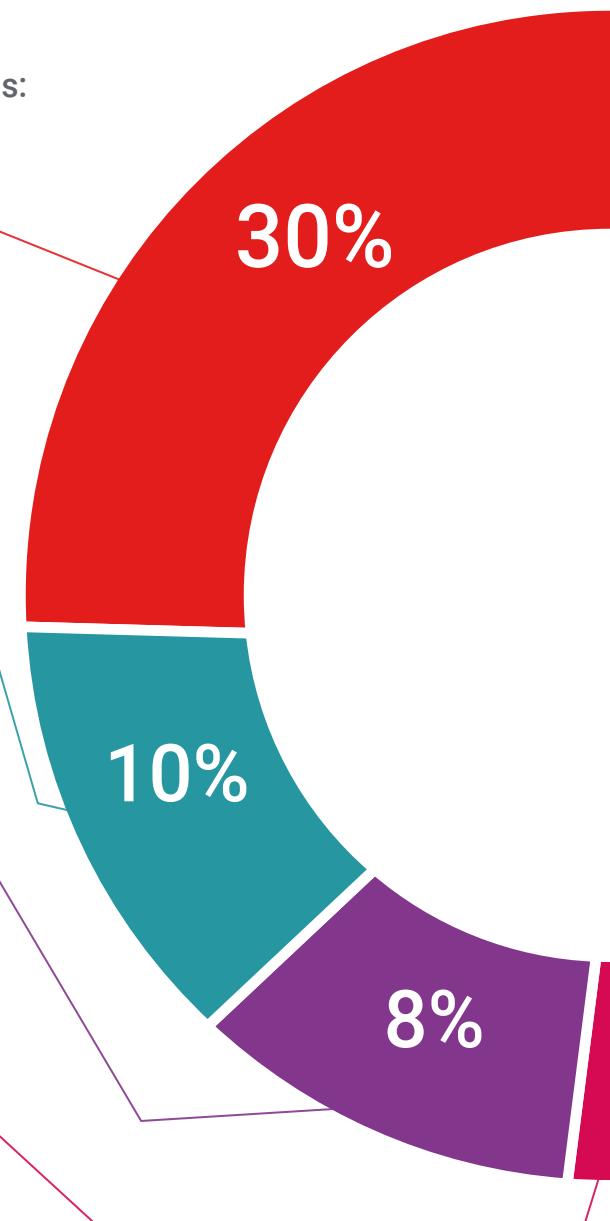
Práticas de aptidões e competências

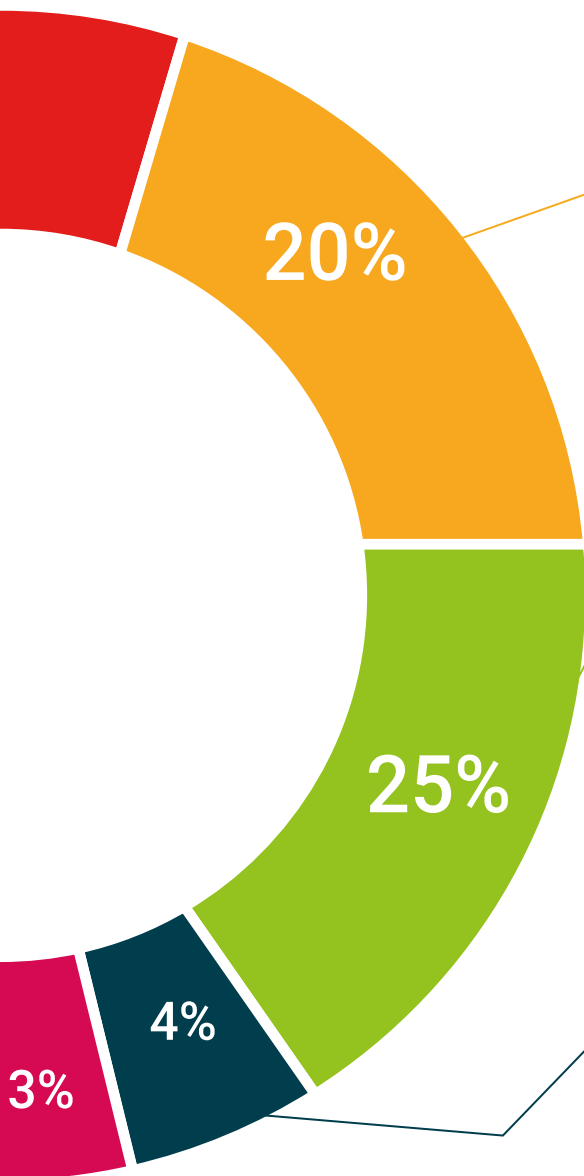
Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as destrezas e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias 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 Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias** 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 Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias**

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 situação

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado
Desenvolvimento
Criativo de Campanhas
Publicitárias

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

Programa Avançado

Desenvolvimento Criativo de Campanhas Publicitárias

