

Programa Avançado

Social Media Branding



tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Social media Branding

- » 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-social-media-branding

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 presença digital se tornou crucial na era atual, portanto, é necessário ter uma estratégia de marca pessoal bem desenvolvida para garantir a visibilidade da marca em um cenário cada vez mais competitivo. Nesse contexto, este curso aborda a necessidade de criar uma estratégia de marca pessoal no mundo digital, com foco em redes como Instagram, Twitter, Facebook e TikTok. Esse programa abrange pontos importantes, como visibilidade e estratégia de *engajamento* em plataformas sociais ou Personal Branding no LinkedIn. Além disso, a especialização é baseada na metodologia pedagógica *Relearning*, que promove a aprendizagem autônoma por meio da reiteração dirigida dos conceitos, sendo projetada 100% online.



Fusce luctus, metus non
mollis laoreet, nisi mi
laoreet ex, non sceleris-
que ipsum quam ac est.



uspendisse tempus sollicitudin mi, quis euismod sapien hendrerit vel.



Nam eu nisl sed nunc interdum bibendum. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.

“

Torne seu perfil de comunicador mais valioso incorporando as mais recentes estratégias de Social Media Branding em sua prática diária”

Atualmente, a presença na mídia social é crucial para qualquer empresa ou marca que queira ter sucesso no mercado. A mídia social é um canal de comunicação com milhões de usuários e clientes em potencial e uma ferramenta fundamental para construir a imagem e a reputação de uma marca. Por esse motivo, a presença de um especialista em *Social Media Branding* está se tornando cada vez mais necessária.

Por esse motivo, o Programa Avançado de Social Media *Branding* é um curso especializado que oferece a jornalistas e comunicadores o conhecimento e as ferramentas necessárias para criar e executar uma estratégia eficaz de *Branding* nas redes sociais. Esse programa foi desenvolvido para profissionais que buscam melhorar seu perfil profissional e adquirir habilidades na esfera digital, abrangendo desde os conceitos essenciais de *Branding* e marketing em plataformas sociais até métricas para medir resultados. Na verdade, serão analisadas histórias de sucesso em vários setores.

O melhor de tudo é que esse programa é 100% online, com uma metodologia de ensino flexível e personalizada que se adapta às necessidades de cada aluno. De fato, os alunos internalizarão cada conceito mais rapidamente por meio do *Relearning* e poderão iniciar suas carreiras acessando recursos educacionais a qualquer hora do dia.

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

- ♦ O desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas em Social Media Branding
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente úteis fornecem informações práticas sobre as disciplinas indispensáveis 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



Destaque-se em um setor importante, dominando todas as métricas de avaliação de desempenho”

“

Crie as estratégias mais avançadas para aumentar a visibilidade de sua marca”

A equipe de professores do programa inclui profissionais do setor que trazem a experiência de seu trabalho para esse treinamento, além de especialistas reconhecidos das principais sociedades 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.

Aprimore suas habilidades para aumentar o engajamento consultando diagramas interativos dinâmicos, vídeos detalhados ou fazendo exercícios de autoavaliação.

Uma qualificação essencial se você quiser criar uma rede sólida de contatos no LinkedIn.



02

Objetivos

O Programa Avançado de Social Media Branding permitirá que os alunos desenvolvam habilidades essenciais para criar e gerenciar a presença de uma marca na mídia social. Ao final do programa, o profissional será capaz de desenvolver uma estratégia eficaz de *Social Media Branding*, gerando conteúdo de alta qualidade que represente os valores da marca ou interagindo com comunidades online. Com isso, o profissional de comunicação se destacará na esfera digital e poderá oferecer valor agregado à sua empresa ou empreendimento.



“

Torne-se uma referência na construção de marcas por meio de redes como Instagram, Tiktok, Twitter ou Facebook”



Objetivos Gerais

- ♦ Identificar e definir os principais elementos para desenvolver e gerenciar uma marca pessoal de forma eficaz
- ♦ Descobrir os elementos que lhe ajudarão a trabalhar na identidade de sua marca pessoal e a obter coerência
- ♦ Trabalhar minuciosamente nos elementos estratégicos que formarão a base das mensagens e do relato pessoal
- ♦ Desenvolver a mensagem em suas diferentes formas, racional e emocional
- ♦ Conceitualizar uma estratégia de conteúdo alinhada com a marca pessoal
- ♦ Examinar as possibilidades oferecidas pelas principais plataformas sociais para a criação de estratégias eficazes de marca pessoal
- ♦ Identificar as etapas para o desenvolvimento de um plano estratégico de marca pessoal nas redes sociais, estabelecendo objetivos e KPIs para medir os resultados
- ♦ Analisar e definir os principais elementos que compõem um perfil otimizado no LinkedIn, compilando estratégias eficazes para fortalecer a presença digital nessa plataforma
- ♦ Determinar como abordar e aprimorar o processo de criação de conteúdo
- ♦ Estudar casos de sucesso de marcas pessoais em diferentes setores





Objetivos Específicos

Módulo 1. Social media Branding. Estratégia de visibilidade e *engajamento* no Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

- ♦ Determinar a importância da marca pessoal nas mídias sociais e como uma presença digital coerente pode ajudar a impulsionar as carreiras
- ♦ Analisar o processo de criação de uma estratégia de conteúdo que reflita a identidade da marca pessoal e se conecte com o público em diferentes plataformas de mídia social
- ♦ Identificar os diferentes objetivos que podem ser aplicados à marca pessoal nas mídias sociais
- ♦ Fundamentar o uso do Instagram, do Facebook, do Twitter e do TikTok para a criação de marcas pessoais
- ♦ Identificar as práticas recomendadas nessas plataformas sociais para aumentar o *engajamento* e a visibilidade da marca pessoal
- ♦ Examinar as variáveis de análise e medição de desempenho oferecidas por cada plataforma

Módulo 2. Personal branding no LinkedIn. Estratégias de visibilidade e *engajamento* no LinkedIn

- ♦ Desenvolver uma estratégia eficaz para otimizar o perfil do LinkedIn a fim de criar um perfil forte, confiável e acima da média
- ♦ Identificar os tipos de conteúdo que têm maior impacto sobre o público do LinkedIn como base para a criação de conteúdo valioso e relevante para fortalecer a reputação profissional
- ♦ Determinar uma estratégia de pilar de conteúdo como base para um calendário editorial de postagens que transmitirá o conhecimento, as histórias, os pensamentos e as mensagens que concretizarão a marca pessoal no LinkedIn
- ♦ Examinar técnicas, formatos e estilos eficazes para publicar posts no LinkedIn
- ♦ Dominar as táticas para estabelecer uma comunidade ativa e engajada no LinkedIn, usando estratégias eficazes de conexão, interação e *engajamento*
- ♦ Avaliar e analisar o desempenho da estratégia do LinkedIn, monitorando as métricas e analisando a atividade e o comportamento do público, para ajustar e melhorar a estratégia em tempo real

Módulo 3. KPIs Impacto da marca pessoal: métricas para medir resultados e histórias de sucesso em vários setores

- ♦ Fundamentar a relação entre influência e marca pessoal
- ♦ Identificar boas práticas de branding pessoal
- ♦ Definir objetivos e metas específicos para melhorar o impacto e a eficácia da marca pessoal
- ♦ Analisar a presença da marca pessoal em diferentes mídias e plataformas
- ♦ Revisar e avaliar os KPIs para aprimorar a estratégia de marca pessoal



Atinja suas metas e desenvolva estratégias eficazes para otimizar seu perfil no LinkedIn”

03

Direção do curso

O corpo docente desse curso é formado por especialistas ativos com vasta experiência no campo de Social Media Branding. Cada um deles tem um histórico profissional excepcional em diversas áreas, desde o desenvolvimento de conteúdo até o gerenciamento de comunidades online. Dessa forma, os alunos terão a oportunidade de se especializar com especialistas renomados do setor e receberão orientação para aperfeiçoar suas habilidades nessa disciplina.





“

Ainda não é tarde para se inscrever e se beneficiar das lições de uma equipe de especialistas líderes em Social Media Branding”

Direção



Sra. Laura María Vázquez Viaño

- ♦ Diretora de Marketing e Estratégia Digital da Torres y Carrera
- ♦ Diretora de Serviços ao Cliente e *Chief Marketing Officer* em Roi Scroll
- ♦ *Head of Social Media* e RP Digital na Havas
- ♦ Consultora sênior de comunicações e mídia social da Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Publicidad e RP- Noa Nogueira
- ♦ Professora da Universidade Europeia Miguel de Cervantes
- ♦ Professora da Escola Internacional de Marketing
- ♦ Professora da Escola Superior de Relações Públicas de Barcelona
- ♦ Professora do IEBS
- ♦ Formada de Publicidad e Relações Públicas. Duplo Prémio Extraordinário de Conclusão de Curso da Xunta de Galicia e da Universidade de Vigo
- ♦ Pós-graduação em Search e Social Media Marketing pela Universitat de Barcelona

Professores

Dra. Carla López Rodríguez

- ◆ Consultora internacional e instrutora de marca pessoal
- ◆ Professora na Universidade de Vigo
- ◆ Professora da Universidade Unir
- ◆ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade de Alicante
- ◆ Formada em Comunicação Audiovisual pela Universidade Vigo
- ◆ Doutora em Comunicação pela Universidade de Vigo com Menção Internacional e Cum Laude
- ◆ Mestrado em Gestão Estratégica e Inovação em Comunicação pela Universidade de Málaga

Sra. Daniela Luque Diaz

- ◆ Cargo: Consultora de marca pessoal do LinkedIn
- ◆ Coordenadora de estratégia de marketing na KIND APP na Suécia
- ◆ Coordenadora de Programas de Artes no Departamento de Artes e Humanidades da Universidade de Nova York
- ◆ Gestão da estratégia de marketing para a coleção de acessórios de moda de da marca AITA
- ◆ Gestor de projetos / Marketing e eventos na Top Gear Promotions em Dubai
- ◆ Coordenadora de Operações da Eurofragance em Dubai
- ◆ Diretora de Desenvolvimento de Negócios do Grupo Intercom em Barcelona
- ◆ Formada em produção de cinema e TV pela Universidade Nacional da Colômbia
- ◆ Mestrado em Empreendedorismo e Inovação por Sten K, Johnson Centre for Entrepreneurship Lund University
- ◆ Mestrado em Relações Públicas e Protocolo pela ESERP Business School
- ◆ Mestrado em *Retail Management* pela Universidade Autônoma de Barcelona

04

Estrutura e conteúdo

O Programa Avançado de Social Media Branding foi criado para fornecer aos profissionais as ferramentas essenciais de branding de mídia social e dar a eles uma visão completa de sua aplicação no ambiente atual. Nesse sentido, o curso é composto de vários módulos que se concentram em elementos estratégicos, criação de mensagens, conceitualização de conteúdo, otimização do perfil do LinkedIn e medição de desempenho. Tudo isso em um curso acadêmico condensado em 450 horas.



“

Inscreva-se agora para ter acesso ao programa de Branding em Mídia Social mais atualizado e abrangente do mercado”

Módulo 1. Social media Branding. Estratégia de visibilidade e engagement no Instagram, Twitter, Facebook e TikTok

- 1.1. *Social media Branding*: Relevância para a marca pessoal
 - 1.1.1. Papel da marca pessoal nas redes sociais
 - 1.1.2. Plataformas online de gestão: alto-falante da marca pessoal
 - 1.1.3. Os pilares de uma boa estratégia de marca pessoal no meio digital
- 1.2. Abordagem estratégica como base do *Social Media Branding*
 - 1.2.1. O papel da pesquisa e da escuta ativa na estratégia de marca pessoal
 - 1.2.2. Análise da concorrência nas redes sociais
 - 1.2.3. Identificação do público-alvo para a estratégia de marca pessoal
- 1.3. Social Media Branding
 - 1.3.1. Desenvolvimento de um plano de social media para a marca pessoal.
 - 1.3.2. Identificação dos objetivos da marca pessoal nas redes sociais
 - 1.3.3. KPIs para análise de resultados
- 1.4. Estratégias de *engajamento* e visibilidade para marcas pessoais
 - 1.4.1. Ecossistema online: definição da presença digital e seleção das plataformas
 - 1.4.2. Fatores que impulsionam o *engagement* nas redes sociais
 - 1.4.3. Visibilidade nas redes sociais e boas práticas
- 1.5. Criação de uma presença digital coerente
 - 1.5.1. Criação de uma imagem de marca coerente nas redes sociais: identidade visual, ancoragem verbal e guias de estilo nas redes sociais
 - 1.5.2. A mensagem da marca e o papel do conteúdo para o sucesso da estratégia
 - 1.5.3. Diferenciação da marca pessoal no meio digital
- 1.6. Estratégia de conteúdo: criação de uma estratégia de conteúdo para as redes sociais que reflita a identidade da marca e conecte-se com a audiência
 - 1.6.1. Processo de criação de conteúdo para diferentes plataformas de redes sociais
 - 1.6.2. A importância do *storytelling* na marca pessoal nas redes sociais
 - 1.6.3. Criação de um calendário de publicações para manter uma presença constante e coerente online
- 1.7. Uso do Instagram para a marca pessoal
 - 1.7.1. Por que estar no Instagram: relatórios e audiências
 - 1.7.2. Compreensão do algoritmo para o planejamento da estratégia de conteúdo no Instagram
 - 1.7.3. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
 - 1.7.4. KPIs: medição e análise dos resultados no Instagram
- 1.8. Uso do Facebook para a marca pessoal
 - 1.8.1. Por que estar no Facebook: relatórios e audiências
 - 1.8.2. Compreensão do algoritmo para o planejamento da estratégia de conteúdo no Facebook
 - 1.8.3. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
 - 1.8.4. KPIs Medição. Análise dos resultados no Facebook
- 1.9. Uso do Twitter para a marca pessoal
 - 1.9.1. Por que estar no Twitter: relatórios e audiências
 - 1.9.2. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
 - 1.9.2. KPIs: medição e análise dos resultados no Twitter
- 1.10. Uso do TikTok para a marca pessoal
 - 1.10.1. Por que estar no TikTok: relatórios e audiências
 - 1.10.2. Boas práticas para aumentar o *engagement* e a visibilidade
 - 1.10.3. KPIs: medição e análise dos resultados no TikTok

Módulo 2. *Personal branding* no LinkedIn. Estratégias de visibilidade e engagement para construção de marca pessoal no LinkedIn

- 2.1. Fortalecimento do Perfil de Usuário no LinkedIn
 - 2.1.1. Análise de um perfil de usuário do LinkedIn
 - 2.1.2. Clarificação dos objetivos de uso do LinkedIn
 - 2.1.3. Identificação de áreas de melhoria no perfil do LinkedIn
- 2.2. Construção da Audiência de Seguidores no LinkedIn
 - 2.2.1. Definição da audiência no LinkedIn
 - 2.2.2. Adaptação da mensagem à audiência no LinkedIn
 - 2.2.3. Construção de uma audiência a partir de publicações no LinkedIn
- 2.3. Comunidade de Referência no LinkedIn
 - 2.3.1. Busca por líderes de conteúdo no LinkedIn
 - 2.3.2. Identificação de outros membros da comunidade no LinkedIn
 - 2.3.3. Interação e colaboração com outros membros da comunidade no LinkedIn
- 2.4. Conexão com usuários ativos no LinkedIn
 - 2.4.1. Importância de encontrar usuários ativos no LinkedIn
 - 2.4.2. Redação de um convite para conectar no LinkedIn
 - 2.4.3. Interação de relacionamentos com novos contatos no LinkedIn
- 2.5. Desenvolvimento de uma estratégia sólida de conteúdo através de pilares temáticos
 - 2.5.1. Identificação e posicionamento dos pilares temáticos
 - 2.5.2. Identificação dos pilares temáticos na estratégia
 - 2.5.3. Desenvolvimento e manutenção dos pilares temáticos ao longo do tempo
- 2.6. Vinculação dos pilares temáticos com a história pessoal. A importância de emocionar
 - 2.6.1. Identificação de histórias relacionadas aos pilares temáticos que construam credibilidade e potencial viral
 - 2.6.2. Como contar histórias efetivas no LinkedIn
 - 2.6.3. Como conectar histórias pessoais com mensagens-chave no LinkedIn
 - 2.6.4. Criação de uma história pessoal de transformação para um primeiro post no LinkedIn

- 2.7. Geração de conteúdo de impacto no LinkedIn. Importância de inspirar e ensinar
 - 2.7.1. Uso de dados técnicos ou científicos relacionados aos pilares temáticos para criar conteúdo educativo
 - 2.7.2. Benchmarking: casos de estudo de criadores de conteúdo viral no LinkedIn que usam essas técnicas
 - 2.7.3. Transferência da análise para a prática
- 2.8. Preparação de Posts para o LinkedIn
 - 2.8.1. Seleção de conteúdo e formato com maior potencial para os posts no LinkedIn
 - 2.8.2. Criação de variedade de formatos e estilos para os posts no LinkedIn
 - 2.8.3. Publicação e acompanhamento dos primeiros posts no LinkedIn
- 2.9. O crescimento da sua conta do LinkedIn: seguidores e *engagement*
 - 2.9.1. Importância do Monitoramento dos seguidores no LinkedIn
 - 2.9.2. Monitoramento do crescimento dos seguidores no LinkedIn
 - 2.9.3. Utilização dos dados dos seguidores no LinkedIn
- 2.10. Avaliação e ajuste da estratégia editorial
 - 2.10.1. Identificação de tendências e padrões no comportamento da audiência
 - 2.10.2. Reforço das forças e fraquezas para melhorar a estratégia editorial
 - 2.10.3. Ferramentas digitais para uso avançado do LinkedIn
 - 2.10.4. Uso ótimo do LinkedIn como instrumento para fortalecer a marca pessoal digital

Módulo 3. KPIs Impacto da Marca Pessoal: métricas para medir resultados e casos de sucesso em diversos setores

- 3.1. KPIs de marca pessoal: Aplicação
 - 3.1.1. Definição e importância de estabelecer o KPIs.
 - 3.1.2. Tipos de KPIs e indicadores-chave para medir o sucesso da marca pessoal
 - 3.1.3. O papel da visão e do posicionamento da marca pessoal nos KPIs
- 3.2. Seleção dos KPIs corretos para medir o sucesso de sua marca pessoal
 - 3.2.1. Variáveis para selecionar KPIs relevantes na estratégia de marca pessoal
 - 3.2.2. Identificação dos objetivos de marca pessoal: Definição de objetivos de marca pessoal para estabelecer KPIs apropriados
 - 3.2.3. Priorização de KPIs de acordo com objetivos e metas estabelecidos

- 3.3. Tipos de KPIs tangíveis para Marca Pessoal
 - 3.3.1. Análise dos KPIs de alcance
 - 3.3.2. Análise dos KPIs de Interação
 - 3.3.3. Análise dos KPIs de conversão
- 3.4. Tipos de KPIs "intangíveis" para Marca Pessoal
 - 3.4.1. Análise dos KPIs de reputação
 - 3.4.2. Análise dos KPIs de Influência
 - 3.4.3. Análise dos KPIs de credibilidade
- 3.5. Marca pessoal em influência
 - 3.5.1. A figura do influencer. Tipologias de influencers
 - 3.5.2. Abordagem do marketing de influencers
 - 3.5.3. Benefícios, opções e KPIs
- 3.6. Interpretação de KPIs: monitoramento, medição e otimização
 - 3.6.1. Monitoramento: implementação de um sistema de monitoramento e medição de KPIs para marca pessoal
 - 3.6.2. Medição: Interpretação de dados
 - 3.6.3. Otimização: aspectos a serem avaliados para ajustar a estratégia de acordo com os KPIs
 - 3.6.4. Recomendações finais
- 3.7. Estudo de caso: marca pessoal em empreendedores e freelancers
 - 3.7.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.7.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.7.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 3.8. Estudo de caso: marca pessoal em influencers
 - 3.8.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.8.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.8.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas





- 3.9. Estudo de caso: marca pessoal em esportes
 - 3.9.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.9.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.9.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
- 3.10. Análise de caso: marca pessoal em profissionais que trabalham como empregados
 - 3.10.1. Caso 1: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.10.2. Caso 2: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas
 - 3.10.3. Caso 3: Apresentação e análise da estratégia digital e das práticas recomendadas

“

Ele analisa estudos de caso muito interessantes com os quais você estabelecerá as chaves para uma estratégia digital ideal”

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.



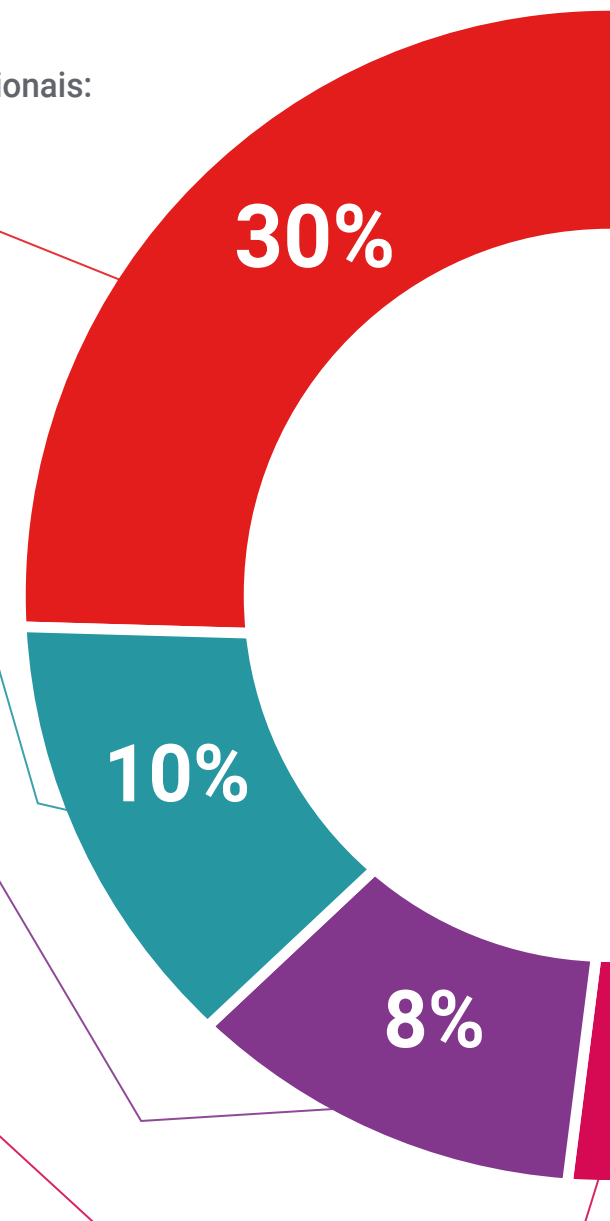
Práticas de habilidades e competências

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 Social Media Branding 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 Social Media Branding** 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 Social Media Branding**

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 Social Media Branding

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

Programa Avançado

Social Media Branding

