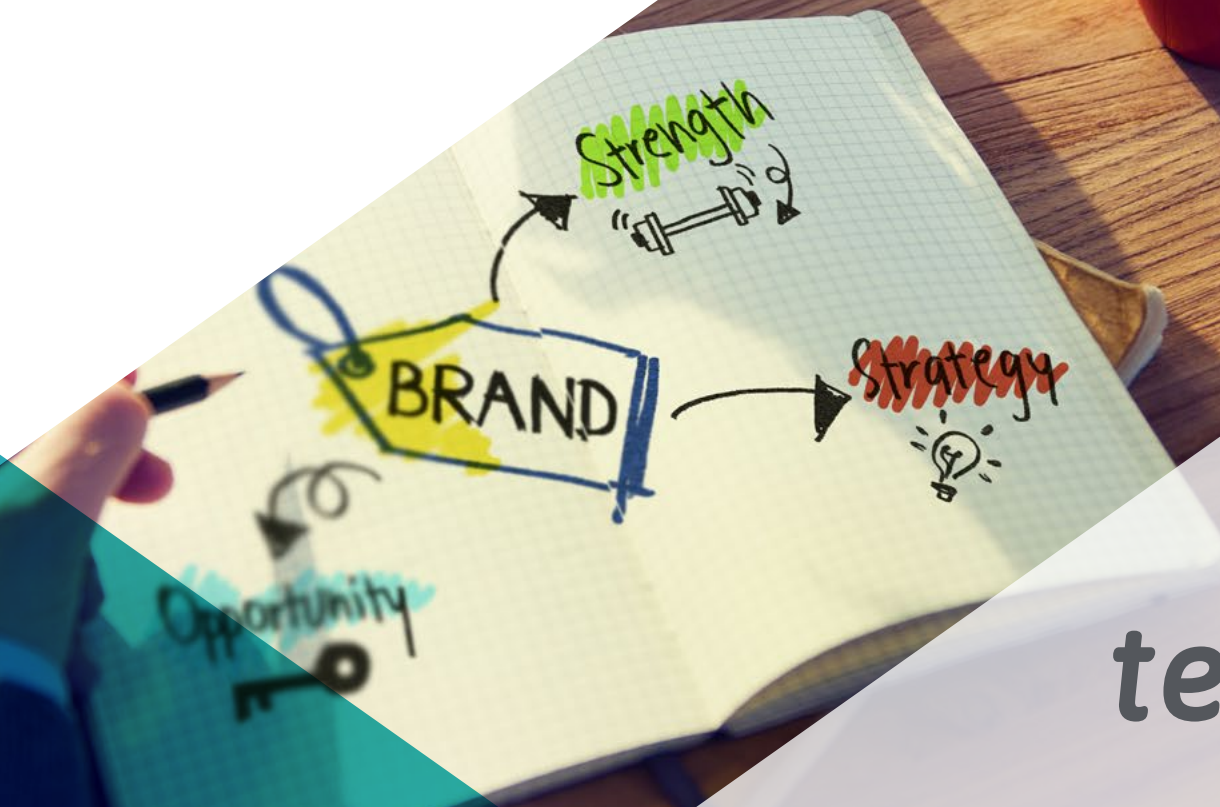


Programa Avançado Branding





Programa Avançado Branding

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/design/programa-avancado/programa-avancado-branding

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 20

05

Certificado

pág. 28

01

Apresentação

O Branding ou desenvolvimento de marcas é uma das áreas de trabalho mais demandadas em design gráfico. Nesta capacitação desenvolvida especificamente para os profissionais deste setor, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para trabalhar de forma segura e eficiente. Para isso, proporcionamos a possibilidade de alcançar as competências de um profissional qualificado, através de uma capacitação que garantirá seu crescimento e um equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal. Uma oportunidade única tanto para o seu desenvolvimento como para a difusão do seu trabalho.

Dictionary

brand

cast **marketing** charac

special • variety • new • business id

cts that are all made by a particular company and all have a pa

something

a animal (such as a cow) to show who own

Translator
cter.class
ideas
rticular name
s the animal

“

*Um programa de estudos de alta intensidade que
lhe capacitará em Branding com a excelência dos
melhores profissionais da área"*

Este Programa Avançado de Branding foi estruturado para oferecer um processo atrativo, interativo e, sobretudo, altamente eficaz em todos os aspectos relacionados ao tema. Para isso, é oferecido um plano de crescimento claro e contínuo que, além disso, é 100% compatível com outras atividades.

Através de uma metodologia exclusiva, este Programa Avançado permitirá que o aluno conheça todas as formas de trabalho em Branding necessárias para que o profissional se mantenha na vanguarda, conhecendo a evolução deste meio de comunicação.

Portanto, esta capacitação abordará os aspectos que um designer precisará conhecer a fim de planejar, desenvolver e finalizar um Branding completo. Uma jornada acadêmica que ampliará as competências do aluno, visando ajudá-lo a superar os desafios de um profissional de alto nível.

O Programa Avançado de Branding é apresentado como uma opção viável para um profissional que decida trabalhar de forma independente, podendo também fazer parte de qualquer organização ou empresa. Um caminho interessante de desenvolvimento profissional que se beneficiará dos conhecimentos específicos que agora colocamos à sua disposição nesta capacitação.

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

- ◆ Desenvolvimento de inúmeros estudos de caso apresentados por especialistas
- ◆ Conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático
- ◆ Novidades e avanços nesta área
- ◆ Exercícios práticos onde é realizado o processo de autoavaliação para melhorar a aprendizagem
- ◆ Metodologias inovadoras e altamente eficientes
- ◆ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e trabalhos individuais de reflexão
- ◆ Acesso a todo o conteúdo desde qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à internet



Este programa lhe permitirá aprimorar suas competências e atualizar seus conhecimentos em Branding"

“

Todos os conhecimentos necessários para o designer gráfico estarão compilados neste Programa Avançado, otimizando seu esforço com os melhores resultados”

O desenvolvimento deste programa está orientado à prática do aprendizado teórico proposto. Através dos sistemas de ensino mais eficazes, métodos comprovados importados das universidades mais prestigiadas do mundo, você será capaz de adquirir novos conhecimentos de uma maneira eminentemente prática. Desta forma, nos comprometemos a transformar seus esforços em competências reais e imediatas.

Nosso sistema online é outro ponto forte desta capacitação. Com uma plataforma interativa que se beneficia dos últimos avanços tecnológicos, lhe apresentamos as ferramentas digitais mais interativas. Assim podemos garantir uma aprendizagem totalmente adaptável às suas necessidades, podendo conciliar perfeitamente esta capacitação com sua vida pessoal ou profissional.

Uma aprendizagem fácil e intensiva que lhe proporcionará todas as ferramentas necessárias para atuar nesta área, através de um Programa Avançado específico e prático.

Uma capacitação que permitirá implementar rapidamente os conhecimentos adquiridos em sua prática diária.



02

Objetivos

O objetivo deste Programa Avançado de Branding é proporcionar ao aluno os conhecimentos e habilidades necessárias à prática profissional nesta área, com a garantia de aprender com os melhores profissionais baseando-se em práticas e possibilitando a conclusão desta capacitação com os conhecimentos essenciais para o desempenho de suas atividades com total segurança e competência.

INBOUN
MARKE
STRAT



ND
ETING
EGY



“

Nosso objetivo é simples: ajudá-lo a manter-se atualizado, através deste Programa Avançado totalmente compatível com suas atividades profissionais e pessoais”

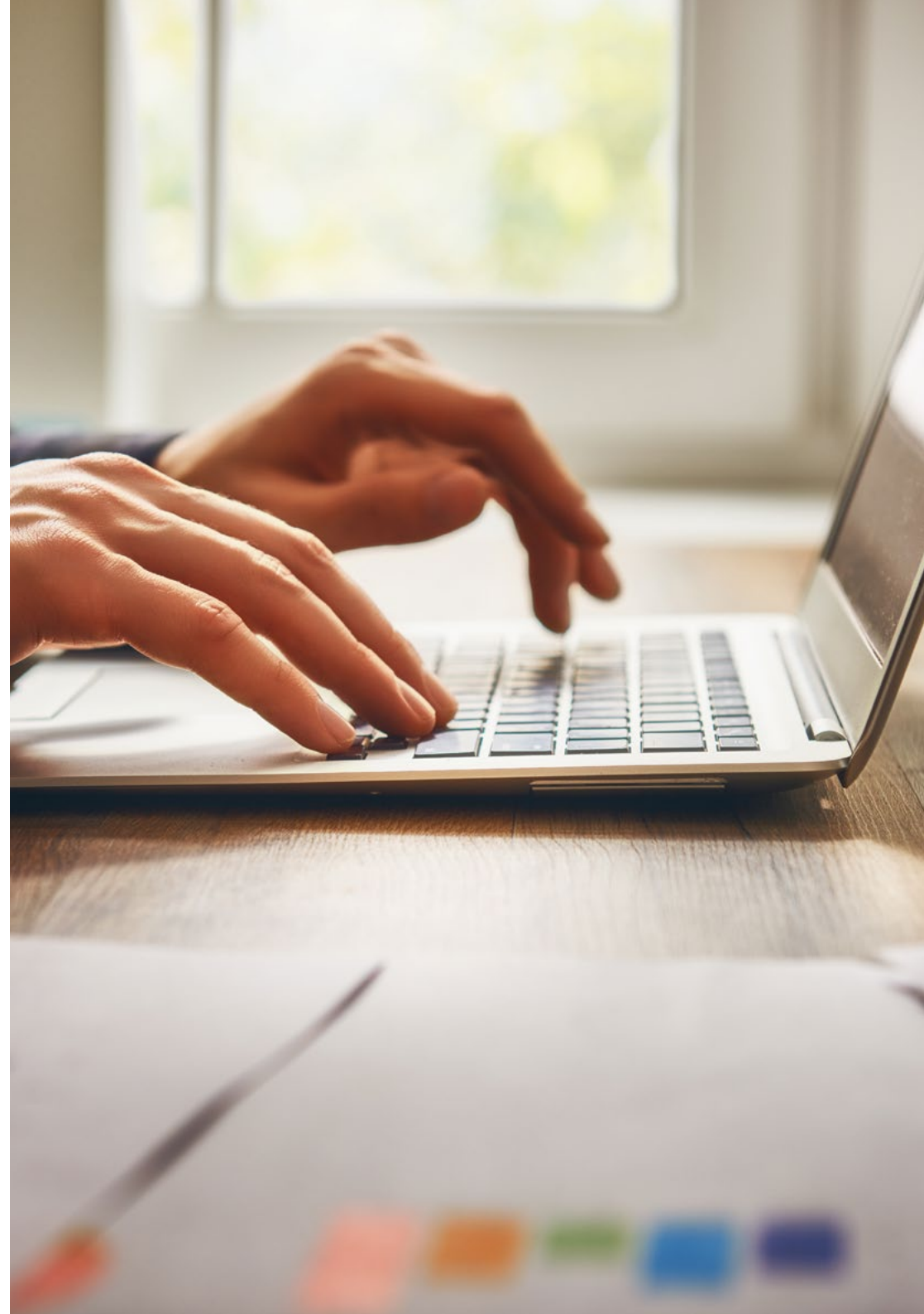


Objetivo geral

- ♦ Aprender todos os aspectos da criação de um branding nos diferentes tipos de mídia em que possa ser desenvolvido

“

Uma oportunidade oferecida aos profissionais que buscam um programa intensivo e eficaz, impulsionando significativamente o desempenho em sua profissão”





Objetivos específicos

Módulo 1. Introdução às Cores

- ◆ Compreender a importância da cor no ambiente visual
- ◆ Adquirir a capacidade de observar, organizar, discriminar e administrar cores
- ◆ Aplicar as bases psicológicas e semióticas da cor no design
- ◆ Capturar, manipular e preparar a cor para uso em meios físicos e virtuais
- ◆ Adquirir a capacidade de fazer julgamentos independentes, por meio de argumentos
- ◆ Saber documentar-se, analisar e interpretar fontes documentais e literárias com seus próprios critérios

Módulo 2. Imagem Corporativa

- ◆ Compreender os conceitos básicos que fazem parte da política de comunicação de uma organização: sua identidade, sua cultura, como se comunica, sua imagem, sua marca, sua reputação e responsabilidade social
- ◆ Entender quais são as áreas estratégicas que um responsável gráfico deverá gerenciar no processo comunicativo da identidade gráfica e visual das marcas
- ◆ Conhecer as ferramentas e estratégias teóricas e práticas que facilitam a gestão da comunicação corporativa e institucional em organizações de qualquer natureza
- ◆ Saber selecionar corretamente um método de organização de informação e comunicação para o bom uso de uma marca
- ◆ Pesquisar e identificar os elementos mais significativos da empresa-cliente, bem como suas necessidades para a criação de estratégias e mensagens de comunicação
- ◆ Desenvolver um sistema regulado de padrões gráficos básicos baseado em elementos de identidade visual/marca

Módulo 3. Criação de Portfólio

- ◆ Criar narrativas audiovisuais através da aplicação correta de critérios de usabilidade e interatividade
- ◆ Identificar a figura do designer no mercado de trabalho
- ◆ Conhecer técnicas, métodos, ferramentas e redes para promover o trabalho pessoal
- ◆ Compreender o protocolo ético a ser seguido na prática profissional
- ◆ Ser capaz de identificar os pontos fortes e fracos de si mesmo
- ◆ Saber valorizar economicamente o próprio trabalho

Módulo 4. Tipografia

- ◆ Conhecer os princípios sintáticos da linguagem gráfica e aplicar suas regras para descrever objetos e ideias de forma clara e precisa
- ◆ Conhecer a origem das cartas e sua importância histórica
- ◆ Reconhecer, estudar e aplicar consistentemente a tipografia aos processos gráficos
- ◆ Conhecer e aplicar os fundamentos estéticos da tipografia
- ◆ Saber como analisar a disposição dos textos no objeto do design

03

Estrutura e conteúdo

Este conteúdo foi desenvolvido por uma equipe de profissionais conscientes da relevância de uma atualizada capacitação para avançar com segurança e competitividade dentro desta área, exercendo a profissão com excelentes resultados.

INBOU
MARKE
STRAT



STRATEGY



VISITORS



LEADS

UND ETING EGY



CUSTOMER

“

Este Programa Avançado de Branding conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado"

Módulo 1. Introdução às Cores

- 1.1. Cor, princípios e propriedades
 - 1.1.1. Introdução às cores
 - 1.1.2. Luz e cor: sinestesia cromática
 - 1.1.3. Atributos de cor
 - 1.1.4. Pigmentos e corantes
- 1.2. As cores no círculo cromático
 - 1.2.1. O círculo cromático
 - 1.2.2. Cores frias e quentes
 - 1.2.3. Cores primárias e derivados
 - 1.2.4. Relações de cor: harmonia e contraste
- 1.3. Psicologia das cores
 - 1.3.1. Construção do significado de uma cor
 - 1.3.2. A carga emocional
 - 1.3.3. Valor denotativo e conotativo
 - 1.3.4. Marketing emocional O peso da cor
- 1.4. Teoria da cor
 - 1.4.1. Uma teoria científica Isaac Newton
 - 1.4.2. A teoria das cores de Goethe
 - 1.4.3. Juntando-se à teoria da cor de Goethe
 - 1.4.4. Psicologia das cores de acordo com Eva Heller
- 1.5. Insistindo na classificação por cores
 - 1.5.1. O cone duplo de Guillermo Ostwald
 - 1.5.2. Albert Munsell é sólido
 - 1.5.3. O cubo de Alfred Hicethier
 - 1.5.4. O triângulo CIE (Commission Internationale de l'Éclairage)
- 1.6. O estudo individual das cores
 - 1.6.1. Preto e Branco
 - 1.6.2. Cores neutras A escala de cinzas
 - 1.6.3. Monocromático, bicromo, policromado
 - 1.6.4. Aspectos simbólicos e psicológicos das cores
- 1.7. Modelos coloridos
 - 1.7.1. Modelo subtrativo Modo CMYK
 - 1.7.2. Modelo aditivo Modo RGB
 - 1.7.3. Modelo HSB
 - 1.7.4. Sistema Pantone A pantonera
- 1.8. De la Bauhaus a Murakami
 - 1.8.1. A Bauhaus e seus artistas
 - 1.8.2. A teoria Gestalt a serviço da cor
 - 1.8.3. Josef Albers A interação das cores
 - 1.8.4. Murakami, as conotações da ausência de cor
- 1.9. Cor no projeto de design
 - 1.9.1. Pop Art. A cor das culturas
 - 1.9.2. Criatividade e cor
 - 1.9.3. Artistas contemporâneos
 - 1.9.4. Análise a partir de diferentes pontos de vista e perspectivas
- 1.10. Gestão das cores no ambiente digital
 - 1.10.1. Espaços de cor
 - 1.10.2. Perfis de cor
 - 1.10.3. Calibração de monitores
 - 1.10.4. O que temos que ter em mente

Módulo 2. Imagem Corporativa

- 2.1. A identidade
 - 2.1.1. Ideia de identidade
 - 2.1.2. Por que a identidade é procurada?
 - 2.1.3. Tipos de identidade
 - 2.1.4. Identidade digital
- 2.2. Identidade corporativa
 - 2.2.1. Definição Por que ter uma identidade corporativa?
 - 2.2.2. Fatores que influenciam a identidade corporativa
 - 2.2.3. Componentes da identidade corporativa
 - 2.2.4. Comunicação da identidade
 - 2.2.5. Identidade corporativa, Branding, imagem corporativa
- 2.3. Imagem corporativa
 - 2.3.1. Característica da imagem corporativa
 - 2.3.2. Qual é a finalidade da imagem corporativa?
 - 2.3.3. Tipos de imagem corporativa
 - 2.3.4. Exemplos
- 2.4. Os sinais básicos de identificação
 - 2.4.1. O nome ou naming
 - 2.4.2. Os logotipos
 - 2.4.3. Os monogramas
- 2.5. Fatores de memorização de identidade
 - 2.5.1. Originalidade
 - 2.5.2. O valor simbólico
 - 2.5.3. A pregnância
 - 2.5.4. A repetição

- 2.6. Metodologia para o processo de criação de uma marca
 - 2.6.1. Estudo do setor e da concorrência
 - 2.6.2. Briefing, modelo
 - 2.6.3. Definir a estratégia e a personalidade da marca Os valores
 - 2.6.4. Público alvo
- 2.7. O cliente
 - 2.7.1. Intuir como é o cliente
 - 2.7.2. Tipologias de clientes
 - 2.7.3. O processo de reunião
 - 2.7.4. A importância de conhecer o cliente
 - 2.7.5. Estabelecendo um orçamento
- 2.8. Manual de identidade corporativa
 - 2.8.1. Normas de construção e aplicação da marca
 - 2.8.2. Tipografia corporativa
 - 2.8.3. Cores corporativas
 - 2.8.4. Outros elementos gráficos
 - 2.8.5. Exemplos de manuais corporativos
- 2.9. Redesenho de identidade
 - 2.9.1. Razões para optar por um redesenho de identidade
 - 2.9.2. Gerenciando uma mudança na identidade corporativa
 - 2.9.3. Boas práticas Referências visuais
 - 2.9.4. Práticas indevidas Referências visuais
- 2.10. Projeto de identidade da marca
 - 2.10.1. Apresentação e explicação do projeto Referências
 - 2.10.2. Brainstorming. Análise de mercado
 - 2.10.3. Público-alvo, valor da marca
 - 2.10.4. Primeiras ideias e esboços Técnicas criativas
 - 2.10.3. Estabelecimento do projeto Fontes e cores
 - 2.10.4. Entrega e correção de projetos

Módulo 3. Criação de Portfólio

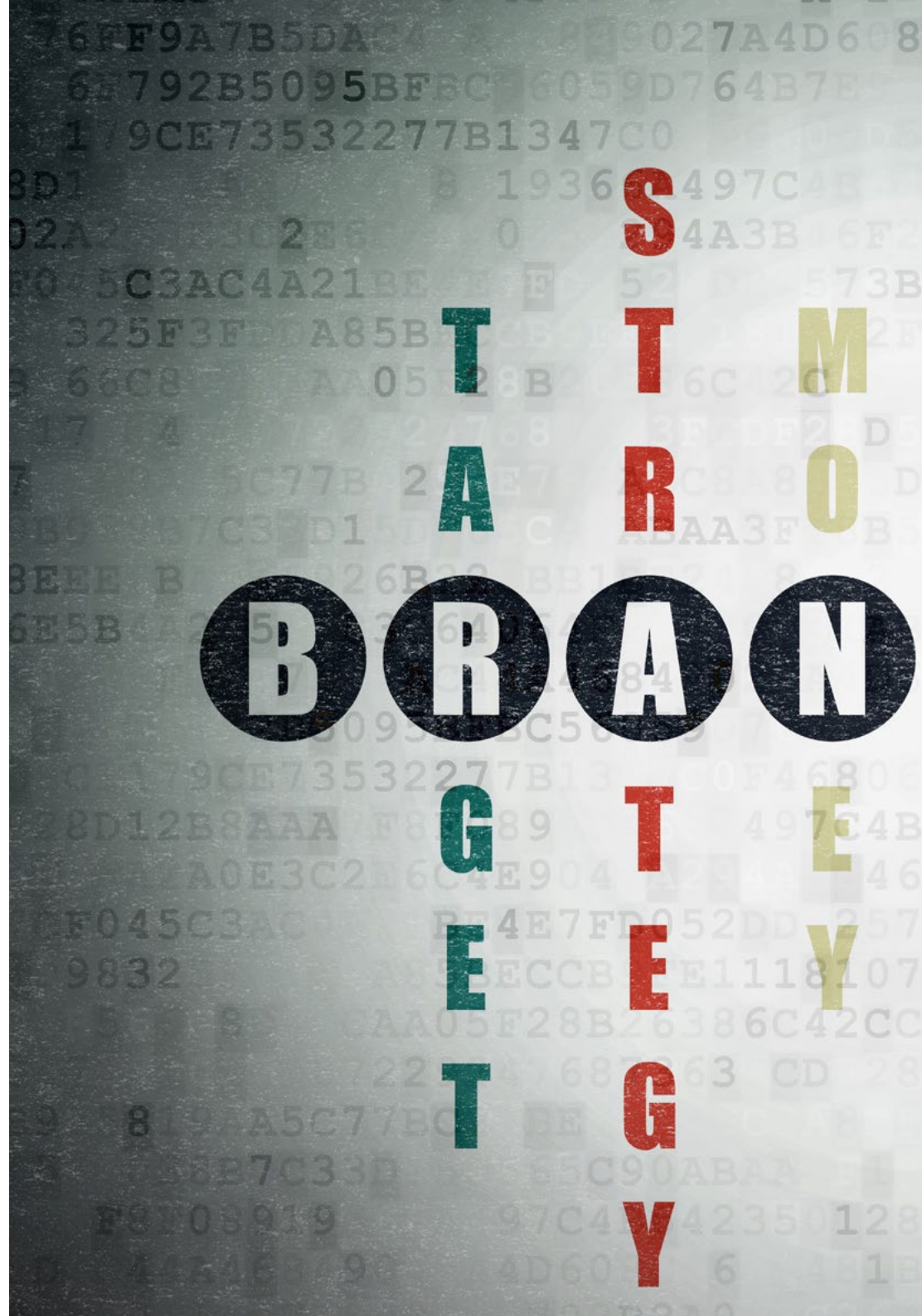
- 3.1. O portfólio
 - 3.1.1. O portfólio como sua carta de apresentação
 - 3.1.2. A importância de um bom portfólio
 - 3.1.3. Orientação e motivação
 - 3.1.4. Conselhos práticos
- 3.2. Características e elementos
 - 3.2.1. O formato físico
 - 3.2.2. O formato digital
 - 3.2.3. O uso de maquetes
 - 3.2.4. Erros mais comuns
- 3.3. Plataformas digitais
 - 3.3.1. Comunidades de Aprendizagem contínua
 - 3.3.2. Redes sociais Twitter, Facebook, Instagram
 - 3.3.3. Redes Profissionais: LinkedIn, InfoJobs
 - 3.3.4. Portfólios na nuvem: Behance
- 3.4. O designer no esquema de trabalho
 - 3.4.1. Perspectivas de trabalho para um designer
 - 3.4.2. Agências de design
 - 3.4.3. Design gráfico empresarial
 - 3.4.4. Casos de sucesso
- 3.5. Como me apresento profissionalmente?
 - 3.5.1. Manter-se atualizado, em constante reciclagem
 - 3.5.2. O curriculum vitae e sua importância
 - 3.5.3. Erros comuns em um curriculum vitae
 - 3.5.4. Como criar um bom curriculum vitae?

- 3.6. O novo consumidor
 - 3.6.1. A percepção de valor
 - 3.6.2. Definição do Público-Alvo
 - 3.6.3. Mapa de empatia
 - 3.6.4. Relações pessoais
- 3.7. Minha marca pessoal
 - 3.7.1. Empreender: A busca por um propósito
 - 3.7.2. Transforme sua paixão em um trabalho
 - 3.7.3. O ecossistema em torno de sua atividade
 - 3.7.4. O modelo Canvas
- 3.8. Identidade Visual
 - 3.8.1. O Naming
 - 3.8.2. Os valores de uma marca
 - 3.8.3. As grandes questões
 - 3.8.4. Moodboard. O uso de Pinterest
 - 3.8.5. Análise de fatores visuais
 - 3.8.6. Análise de fatores temporais
- 3.9. Ética e responsabilidade
 - 3.9.1. Decálogo ético para a prática do design
 - 3.9.2. Direitos autorais
 - 3.9.3. Design e objeção de consciência
 - 3.9.4. O "bom" design
- 3.10. O preço do meu trabalho
 - 3.10.1. Você precisa de dinheiro para viver?
 - 3.10.2. Contabilidade básica para empresários
 - 3.10.3. Tipos de despesas
 - 3.10.4. Seu preço/hora Preço de varejo

Módulo 4. Tipografia

- 4.1. Introdução à Tipografia
 - 4.1.1. O que é tipografia?
 - 4.1.2. O papel da tipografia no design gráfico
 - 4.1.3. Sequência, contraste, forma e contraforma
 - 4.1.4. Relação e diferenças entre tipografia, caligrafia e Lettering
- 4.2. As múltiplas origens da escrita
 - 4.2.1. Escrita ideográfica
 - 4.2.2. O alfabeto fenício
 - 4.2.3. O alfabeto romano
 - 4.2.4. A Reforma Carolíngia
 - 4.2.5. O alfabeto latino moderno
- 4.3. Início da tipografia
 - 4.3.1. A imprensa gráfica, uma nova era Os primeiros tipógrafos
 - 4.3.2. A Revolução Industrial: a litografia
 - 4.3.3. Modernismo: os primórdios da tipografia comercial
 - 4.3.4. A vanguarda
 - 4.3.5. Período entre guerras
- 4.4. O papel das escolas de design na tipografia
 - 4.4.1. La Bauhaus
 - 4.4.2. Herbert Bayer
 - 4.4.3. Psicologia da Gestalt
 - 4.4.4. A Escola Suíça
- 4.5. Tipografia atual
 - 4.5.1. 1960-1970, precursores da revolta
 - 4.5.2. Pós-modernismo, desconstrutivismo e tecnologia
 - 4.5.3. Para onde se dirige a tipografia?
 - 4.5.4. Tipos de interface que definem as tendências

- 4.6. Forma tipográfica I
 - 4.6.1. Anatomia da caligrafia
 - 4.6.2. Medidas e atributos do tipo
 - 4.6.3. As famílias tipográficas
 - 4.6.4. Maiúsculas, minúsculas e pequenos títulos
 - 4.6.5. Diferença entre tipografia, fonte e família de tipos de letra
 - 4.6.6. Filetes, linhas e elementos geométricos
- 4.7. Forma tipográfica II
 - 4.7.1. A combinação tipográfica
 - 4.7.2. Formatos de fonte (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 4.7.3. Licenças tipográficas
 - 4.7.4. Quem deve comprar a licença, cliente ou designer?
- 4.8. Revisão de textos Composição de textos
 - 4.8.1. O espaçamento entre as letras. Tracking e Kerning
 - 4.8.2. O espaço entre as palavras O quadradín
 - 4.8.3. Espaçamento entre linhas
 - 4.8.4. O corpo do texto
 - 4.8.5. Atributos de texto
- 4.9. O desenho das letras
 - 4.9.1. O processo criativo
 - 4.9.2. Materiais tradicionais e digitais
 - 4.9.3. O uso do tablet gráfico e do ipad
 - 4.9.4. Tipografia digital: contornos e bitmaps
- 4.10. Cartazes tipográficos
 - 4.10.1. A caligrafia como base para o desenho de cartas
 - 4.10.2. Como fazer uma composição tipográfica impactante?
 - 4.10.3. Referências visuais
 - 4.10.4. A fase de esboço
 - 4.10.5. Projeto





“

Uma capacitação exclusiva, fundamental e decisiva para impulsionar sua trajetória 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 escolas médicas mais prestigiadas do mundo e é considerado um dos mais eficazes pelas principais revistas, 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 tem provado sua enorme eficácia, 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 habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do 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.



O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta 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 lhe prepara para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizado mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. 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 um 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 vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias 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 diferentes elementos didáticos em cada lição.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online em espanhol do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda projetada para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa Universidade é a única em língua espanhola autorizada a utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o 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 estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, 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 de nosso programa estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo 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 avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados 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.



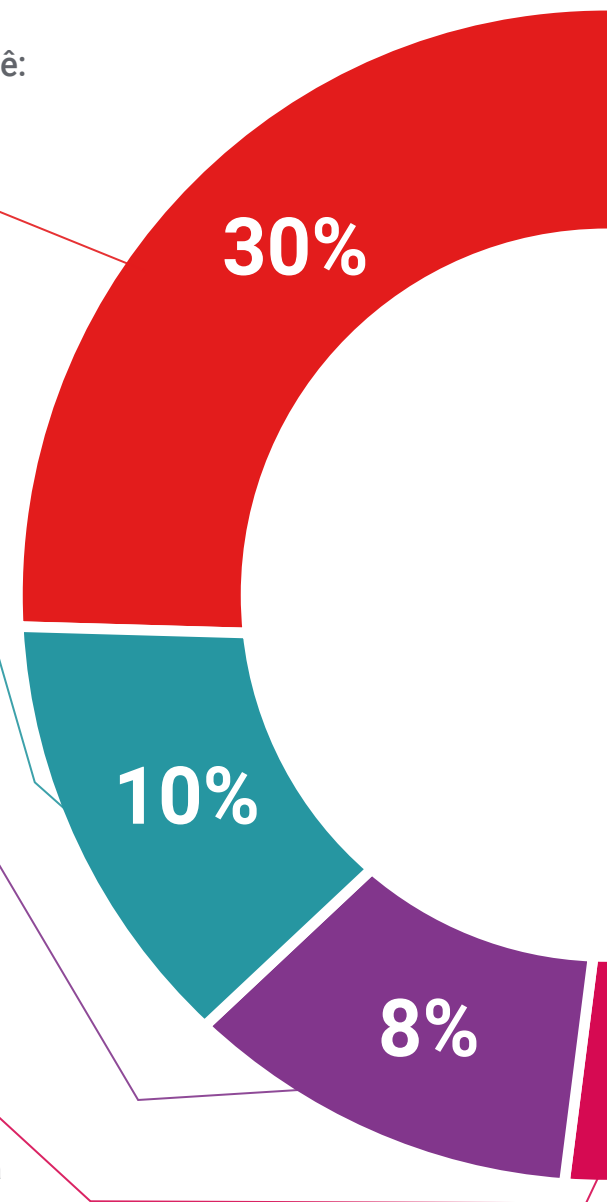
Práticas de habilidades e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias 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

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. 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, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar 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 seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O Programa Avançado de Branding garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio 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 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 Branding**

Nº de Horas Oficiais: **600 h.**



*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 sustentabilidade

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Branding

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado Branding

Brand

