

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Empresas de Comunicação



Executive Master Semipresencial

MBA em Gestão de Empresas de Comunicação

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: www.techtitude.com/br/escola-de-negocios/executive-master-semipresencial/executive-master-semipresencial-semipresencial-gestao-empresas-comunicacao

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Por que fazer este Mestrado
Próprio Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 16

05

Direção do curso

pág. 20

06

Conteúdo programático

pág. 24

07

Estágio

pág. 34

08

Onde posso realizar o
Estágio?

pág. 40

09

Metodologia

pág. 44

10

Certificado

pág. 52

01

Apresentação

As empresas de comunicação têm um grande impacto atualmente, pois são responsáveis pela divulgação de informações sobre o que acontece no mundo. Portanto, é importante que contem com gerentes imparciais que mostrem uma perspectiva não tendenciosa sobre os eventos. O diretor deve ter uma visão atualizada de tudo o que está acontecendo ao redor da empresa, conhecer cada área do negócio a partir de uma perspectiva global, para ajudá-lo a tomar as decisões corretas a cada momento. Obtendo benefícios para continuar trabalhando de forma pluralista e ideologicamente livre. Desta forma, este curso irá permitir ao profissional aprender a fazer tudo o que precisa para empreender como diretor de qualquer empresa deste setor.



“

Este programa permitirá que você avance em sua carreira como comunicador, atuando como diretor nas empresas mais importantes do país”

A direção de uma empresa conta com diferentes funções, desde o planejamento de projetos até a organização de recursos. O diretor de uma empresa de comunicações é, portanto, um profissional altamente capacitado para atender todos os aspectos administrativos da organização e, além disso, possui uma perspectiva imparcial dos acontecimentos para divulgá-los com maior veracidade.

Neste sentido, a TECH, apresenta este programa semipresencial em que o aluno poderá abordar todos os aspectos relevantes de sua profissão abrindo-se para novas perspectivas profissionais. Para isso, através de uma modalidade online, o profissional poderá ter acesso a um programa atualizado. Além de identificar as últimas tendências de gestão empresarial, construir um plano de desenvolvimento e melhorar suas habilidades para detectar, analisar e solucionar problemas.

Todo o conteúdo será apresentado por uma equipe de professores e composta por profissionais do mais alto nível. Eles irão proporcionar vários exemplos práticos, bibliografia complementar e, acima de tudo, vão compartilhar a ampla experiência para esclarecer as dúvidas dos alunos.

Ao finalizar a etapa online, o aluno realizará um estágio presencial em uma agência de grande prestígio. Desta forma, completará uma série de atividades que o ajudará a desenvolver as habilidades diretivas e liderança e lhe permitirão enfrentar qualquer situação em sua prática cotidiana. Neste sentido, será possível assumir novas responsabilidades, dirigindo um meio de comunicação de grande importância nacional e internacional.

Durante todo o curso, o aluno contará com o apoio de um orientador adjunto. Poderá conhecer, em primeira mão, as novas tecnologias e estratégias desta disciplina, incluindo habilidades técnicas para exercer de maneira ética e responsável este cargo. Assim, ao concluir o curso, poderá atuar neste setor e começar sua própria empresa para divulgar informações em todo o mundo.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Empresas de Comunicação** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- O desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por especialistas em MBA em Gestão de Empresas de Comunicação
- O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático oferece informações específicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- Planos abrangentes para ação sistematizada no campo de negócios
- Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações apresentadas
- Planos práticos para ação sistematizada na área de negócios
- Destaque especial para as metodologias inovadoras em aplicação de técnicas de gestão empresarial e comunicação
- Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de conteúdo através de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet
- Além disso, será possível realizar um estágio prático em um dos melhores centros empresariais



Durante este estágio de 3 semanas, o aluno poderá realizar as atividades de um gerente de alto nível, desenvolvendo ao máximo suas habilidades de liderança

“

A característica semipresencial deste programa é perfeita para aprender e praticar ao mesmo tempo. Uma vantagem que só é possível na TECH”

Esta proposta de Mestrado Próprio, de carácter profissional de modalidade semipresencial, visa a atualização de profissionais especializados em jornalismo, empresários e que necessitam de um alto nível de qualificação. O conteúdo é baseado nas últimas evidências científicas e orientado de forma didática a fim de integrar o conhecimento teórico na prática diária e os elementos teóricos. Desta forma, os elementos teóricos e práticos irão facilitar a atualização do conhecimento e permitir a tomada de decisões ambientes complexos.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma prática imersiva programada para capacitar através de situações reais. A estrutura deste programa está centrada na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o aluno deverá buscar soluções para as situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isto, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por renomados especialistas.

Esta é a oportunidade de dar um salto em sua carreira. Matricule-se agora e tenha acesso a 12 meses de aprendizagem teórica e um estágio prático para aprimorar e aperfeiçoar em gestão empresarial.

Impulsione a direção executiva de qualquer empresa de comunicações com o conhecimento que este programa abrangente da TECH oferece.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Este Mestrado Próprio Semipresencial é uma oportunidade única de expansão profissional, pois apresenta um plano de estudos que atende às necessidades de quem deseja elevar seu nível de qualificação. O aluno poderá combinar a parte teórica com a capacitação prática em uma renomada empresa de comunicação, onde irá interagir e trabalhar com uma equipe de especialistas. Assim, durante 3 semanas, o profissional irá revisar os seus conhecimentos e testar a capacidade de desenvolver ainda mais sua carreira no campo da Gestão de Comunicação.





“

Somente com a TECH você poderá experimentar uma nova forma de aprender com profissionais do mais alto nível acadêmico”

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

A inovação tecnológica e os equipamentos são essenciais para o funcionamento das empresas de comunicação. Por esta razão, para trabalhar em um ambiente como este, é necessário que o profissional saiba como usar cada uma das ferramentas e estratégias mais avançadas na área. Foi pensando nisso que a TECH estabeleceu acordos relevantes com organizações de vanguarda para oferecer ao aluno a possibilidade de ver, em primeira mão, o desenvolvimento de atividades de uma gestão de uma empresa de comunicação moderna. Através da tecnologia se mostram as evidências da dinâmica gerencial atual do setor.

2. Aprofundar o conhecimento através da experiência dos melhores especialistas

Através do Mestrado Próprio Semipresencial o aluno irá verificar as ações promovidas pela administração de empresas de comunicação e aprenderão o que é necessário para ter sucesso em seu trabalho diário. Um orientador especialista irá acompanhar o aluno no que ele precisar durante todo o tempo.

3. Ter acesso aos melhores ambientes empresariais

O especialista terá acesso garantido a um ambiente empresarial de prestígio na área de negócios, segundo uma rigorosa seleção para determinar o melhor ambiente organizacional para os estágios. Desta maneira, poderá conhecer o dia a dia de uma área de trabalho exigente, rigorosa e detalhada, sempre aplicando as novas tendências em termos de metodologia de trabalho.





4. Combinar a melhor teoria com a prática avançada

Este programa foi elaborado para oferecer todas as condições possíveis aos profissionais que desejam avançar em suas carreiras por meio de capacitação. O aluno irá aplicar o conhecimento teórico adquirido imediatamente e irá desenvolver novas habilidades com a ajuda de uma equipe multidisciplinar especializada durante o estágio. Sem dúvida, uma maneira eficaz de aprender fazendo.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

Este programa rompe as fronteiras da educação com a possibilidade de onde estiver graças à com o modalidade virtual da parte teórica. Em seguida, o aluno tem a possibilidade de escolher um centro de negócios de sua preferência em uma lista de opções para ingressar em cenários internacionais ou nacionais, de acordo com a sua escolha.



Você realizará uma imersão prática completa no centro de sua escolha

03

Objetivos

Este Mestrado Próprio Semipresencial oferece ao aluno a oportunidade de atualizar seus conhecimentos, enquanto desenvolve novas habilidades para optar por um cargo de grande importância no mundo das comunicações. Sendo assim, esta certificação oferecer tudo o que é indispensável para atingir este objetivo, desde os conteúdos modernos e completos, uma equipe de professores especialistas e, sem esquecer, da modalidade prática em uma agência de referência.





“

A TECH ajuda você a alcançar os seus objetivos e por isso apresenta este Mestrado Próprio Presencial que irá atender a todas as suas expectativas”



Objetivo geral

- O objetivo deste programa é ajudar os alunos a desenvolver suas habilidades gerenciais e de liderança para assumir este cargo em qualquer empresa. Ele também aprimora ao máximo suas competências em um ambiente que exige um perfil sociável, persuasivo e compreensivo. Por tudo isso, o profissional será capaz de defender os interesses de sua empresa e obter o reconhecimento público como uma empresa confiável à qual se pode recorrer para obter informações atualizadas..

“

Este programa ajudará você a alcançar uma oportunidade única: gerenciar um grande meio de comunicação





Objetivos específicos

- ♦ Definir as últimas tendências em gestão empresarial
- ♦ Construir um plano de desenvolvimento e melhoria das habilidades pessoais e gerenciais
- ♦ Desenvolver estratégias para tomar decisões em um ambiente complexo e instável
- ♦ Desenvolver a capacidade de detectar, analisar e resolver problemas.
- ♦ Conhecer todas as técnicas para administrar uma empresa de comunicação
- ♦ Saber identificar a audiência dos meios de comunicação
- ♦ Saber identificar o ambiente da empresa e o público-alvo
- ♦ Saber gerenciar a reputação de sua empresa
- ♦ Gerenciar um grande meio de comunicação com uma visão geral do que está acontecendo em sua empresa e em seus concorrentes
- ♦ Desenvolver habilidades de gestão e de liderança
- ♦ Ser capaz de desenvolver os recursos humanos da empresa
- ♦ Implementar um plano estratégico na empresa
- ♦ Administrar os canais de distribuição
- ♦ Aplicar políticas publicitárias adequadas aos objetivos da empresa
- ♦ Desenvolver plano de comunicação de crise
- ♦ Desenvolver produtos informativos através de um ponto de vista inovador

04

Competências

Ao ser aprovado em cada módulo do programa de estudos, o aluno adquirirá as competências profissionais necessárias para avançar em sua área de trabalho. Com isso, o aluno será capaz de administrar uma empresa de comunicação com fluência, liderança e imparcialidade. Aspectos muito avaliados atualmente no setor.



A close-up photograph of a hand pointing with a pen at a pie chart on a document. The document has the title 'Global Markets' and a list of regions: 'Asia', 'Europe', 'North America', and 'South America'. The pie chart is divided into four colored segments: red, green, yellow, and blue. The hand is pointing at the green segment. The background is a dark blue gradient.

“

*As grandes oportunidades que aguardam
você ao final deste programa irão conduzi-lo
ao sucesso em apenas alguns meses”*



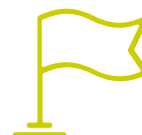
Competências gerais

- ♦ Adquirir as habilidades de gestão que permita ao aluno desenvolver estratégias de sucesso em Marketing e em comunicação
- ♦ Aplicar os conhecimentos adquiridos em um ambiente multidisciplinar e habilidades de solução de problemas em ambientes novos ou pouco conhecidos dentro de contextos mais amplos relacionados com a MBA em Gestão de Empresas de Comunicação.
- ♦ Desenvolver a capacidade de análise crítica e pesquisa no campo de sua profissão
- ♦ Comunicar seu conhecimento, suas conclusões e a lógica final por trás delas a públicos especializados e não especializados de forma clara e sem ambiguidades
- ♦ Integrar novos conhecimentos ao seu cotidiano para máxima eficácia
- ♦ Adquirir habilidades para trabalhar em equipe, da liderança à motivação

“

Atualize seus conhecimentos em MBA em Gestão de Empresas de Comunicação com este programa exclusivo da TECH”





Competências específicas

- ♦ Gerenciar um grande meio de comunicação com uma visão geral sobre o que acontece em sua empresa e de seus concorrentes
- ♦ Aplicar na sua empresa as últimas tendências em gestão empresarial
- ♦ Desenvolver suas próprias habilidades pessoais e de gestão
- ♦ Tomar decisões em ambientes complexos e instáveis
- ♦ Identificar as audiências do seu meio de comunicação e da concorrência e desenvolver novos projetos de melhorias
- ♦ Manter-se atualizado sobre os diferentes eventos que acontecem no mundo e que são de interesse geral para os cidadãos
- ♦ Analisar detalhadamente a própria empresa e a concorrência
- ♦ Desenvolver um plano de comunicação apropriado, levando em conta os meios tradicionais e digitais, tais como as mídias sociais
- ♦ Aplicar a inovação em diferentes áreas da empresa
- ♦ Desenvolver a função de gestão em qualquer tipo de meio de comunicação

05

Direção do curso

Os profissionais responsáveis pela modalidade online são especialistas de referência de marketing e gestão empresarial. Estes profissionais irão colocar à disposição dos alunos sua experiência profissional para possibilitar que se tornem diretores altamente qualificados. Desta forma, os alunos terão todo conhecimento necessário para enfrentar o estágio presencial e qualquer desafio no trabalho diário neste setor.



“

Esta é a melhor equipe de professores com a qual você pode contar. Especialistas de grande prestígio no setor de marketing e gestão de negócios”

Diretor Internacional Convidado

Com uma sólida trajetória no campo de Comunicações e Marketing, Bianca Freedman atuou como Chief Executive Officer (CEO) da divisão da Edelman no Canadá, onde liderou a estratégia, as operações e a cultura na região. De fato, desempenhou um papel crucial na evolução, promoção e proteção de marcas e reputações em um ambiente midiático dinâmico. Além disso, foi uma das especialistas em Executive Positioning dentro da rede global da Edelman, uma área crítica em que os líderes empresariais são cada vez mais requisitados.

Adicionalmente, ocupou outras posições de destaque na Edelman, incluindo Chief Operating Officer (COO) e General Manager. Nesses cargos, liderou alguns dos projetos mais importantes e complexos da organização, tanto no setor privado quanto no público, trabalhando com algumas das empresas mais prestigiadas do país para transformar sua presença perante funcionários, clientes e acionistas.

A carreira de Bianca Freedman também incluiu cargos na InfinityComm Inc., como Gerente de Contas e Relações Públicas, assim como no Credit Valley Hospital, onde atuou como Coordenadora de Marketing e Comunicações. Também exerceu funções de Gerente de Marketing, Relações Públicas e Redes Sociais no Walmart, onde desempenhou um papel fundamental na inovação das comunicações, tanto no Canadá quanto na área da baía de São Francisco, junto ao grupo global de comércio eletrônico da empresa.

Vale destacar que, como membro ativo da comunidade, fez parte do Conselho Consultivo de Humber PR e é voluntária na Associação Comunitária para Cavaleiros com Deficiência (CARD). Ela está totalmente comprometida em eliminar barreiras para a entrada no mercado de trabalho, bem como no apoio a talentos de alto potencial.



Sra. Bianca, Freedman

- Chief Executive Officer (CEO) na Edelman Canadá, Toronto, Canadá
 - Gerente de Marketing, Relações Públicas e Redes Sociais no Walmart
 - Coordenadora de Marketing e Comunicações no Credit Valley Hospital
 - Gerente de Contas e Relações Públicas na InfinityComm Inc.
 - Bolsa IWF em Administração e Gestão de Empresas pelo INSEAD
 - Programa de Liderança Transformacional, Administração e Gestão de Empresas pela Harvard Business School
 - Pós-graduação em Relações Públicas pelo Humber College
 - Formada em Ciências Políticas, Estudos de Comunicação, pela Universidade McMaster
- Membro: Conselho de Assessoria da Humber PR, Associação Comunitária para Cavaleiros com Deficiência (CARD)

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Direção



Sra. Noelia Iñesta Fernández

- ♦ Especialista em pesquisa em meios de comunicação
- ♦ Jornalista e Social Media Manager
- ♦ Especialista no Departamento Comercial e Comunicação no Grupo Greterika
- ♦ Responsável de comunicação e marketing, A. Corporate
- ♦ Doutora em pesquisa de meios de comunicação na UC3M
- ♦ Mestrado em Social Media Management no Instituto de Medios Sociales
- ♦ Mestrado em pesquisa Aplicada à meios de comunicação na UC3M
- ♦ Formada em Psicologia pela Universidade Nacional de Educação à Distância
- ♦ Formada em Jornalismo na UC3M
- ♦ Técnico Superior em Audiovisual e Produção IES Alfonso X el Sabio

“

O perfil curricular de cada um dos docentes deste curso é uma mostra da qualidade do conteúdo que dispõe este programa

06

Conteúdo programático

Este Mestrado Próprio Semipresencial Gestão de Empresas e Comunicação possui o programa de estudos mais atualizado do panorama acadêmico. Foi elaborado pelos melhores especialistas do setor, permitindo que o aluno estude com profundidade todos os aspectos indispensáveis para gerenciar os recursos humanos de uma empresa e manter uma estratégia corporativa de alinhada com a era digital.



“

Desenvolva todo o seu potencial de forma prática e junto com uma equipe de especialistas que irão mostrar as funções gerenciais da empresa de comunicação”

Módulo 1. Gestão e liderança

- 1.1. *Management*
 - 1.1.1. Conceito de Geral Management
 - 1.1.2. A ação do Diretor Geral
 - 1.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 1.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 1.2. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 1.2.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 1.2.2. Conceito de liderança
 - 1.2.3. Teorias de liderança
 - 1.2.4. Estilos de liderança
 - 1.2.5. A inteligência na liderança
 - 1.2.6. Os desafios da liderança hoje
- 1.3. Negociação
 - 1.3.1. Negociação intercultural
 - 1.3.2. Abordagens para a negociação
 - 1.3.3. Técnicas efetivas de negociação
 - 1.3.4. Reestruturação
- 1.4. Gestão de recursos humanos por competências
 - 1.4.1. Análise do potencial
 - 1.4.2. Política de remuneração
 - 1.4.3. Planos de carreira/sucessão
- 1.5. Gestão de talentos e engajamento
 - 1.5.1. Chaves para uma gestão positiva
 - 1.5.2. Mapa de talentos na organização
 - 1.5.3. Custo e valor agregado
- 1.6. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 1.6.1. Modelos estratégicos de gestão de talentos
 - 1.6.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
 - 1.6.3. Lealdade e retenção
 - 1.6.4. Proatividade e inovação

- 1.7. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 1.7.1. Fatores pessoais e motivação para o trabalho bem sucedido
 - 1.7.2. Construindo uma equipe de alto desempenho
 - 1.7.3. Projetos de mudança e desenvolvimento de pessoas e negócios
 - 1.7.4. Soluções financeiras para RR HH: negócios e pessoas
- 1.8. Motivação
 - 1.8.1. A natureza da motivação
 - 1.8.2. Teoria das expectativas
 - 1.8.3. Teorias de necessidades
 - 1.8.4. Motivação e compensação financeira
- 1.9. Mudanças organizacionais
 - 1.9.1. O processo de transformação
 - 1.9.2. Antecipação e ação
 - 1.9.3. Aprendizagem organizacional
 - 1.9.4. Resistência à mudança
- 1.10. Diagnóstico financeiro
 - 1.10.1. Conceito de diagnóstico financeiro
 - 1.10.2. Etapas do diagnóstico financeiro
 - 1.10.3. Métodos de avaliação para o diagnóstico financeiro

Módulo 2. Estratégia Empresarial

- 2.1. Gestão estratégica
 - 2.1.1. O conceito de estratégia
 - 2.1.2. O processo de gestão estratégica
 - 2.1.3. Abordagens para a gestão estratégica
- 2.2. Planejamento e Estratégia
 - 2.2.1. O plano em uma estratégia
 - 2.2.2. Posicionamento estratégico
 - 2.2.3. Estratégia nos negócios
 - 2.2.4. Planejamento
- 2.3. Implementação da estratégia
 - 2.3.1. Sistemas indicadores e abordagem de processo
 - 2.3.2. Mapa estratégico
 - 2.3.3. Diferenciação e alinhamento

- 2.4. Estratégia Corporativa
 - 2.4.1. Conceito de estratégia corporativa
 - 2.4.2. Tipos de estratégias corporativas
 - 2.4.3. Ferramentas para definir estratégias corporativas
- 2.5. Estratégia digital
 - 2.5.1. Estratégia tecnológica e seu impacto na inovação digital
 - 2.5.2. Planejamento estratégico de TI
 - 2.5.3. Estratégia e a Internet
- 2.6. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica
 - 2.6.1. Criação de valor para clientes e acionistas
 - 2.6.2. Decisões estratégicas SI/TI
 - 2.6.3. Estratégia corporativa vs. Estratégia tecnológica e digital
- 2.7. Estratégia Competitiva
 - 2.7.1. Conceito de estratégia competitiva
 - 2.7.2. A vantagem competitiva
 - 2.7.3. Escolha de uma estratégia competitiva
 - 2.7.4. Estratégias de acordo com o modelo do relógio estratégico
 - 2.7.5. Tipos de estratégias de acordo com o ciclo de vida do setor industrial
- 2.8. Dimensões da estratégia de marketing
 - 2.8.1. Estratégias de marketing
 - 2.8.2. Tipos de estratégias de marketing
- 2.9. Estratégia de Vendas
 - 2.9.1. Métodos de Vendas
 - 2.9.2. Estratégias de Recrutamento
 - 2.9.3. Estratégias de serviços
- 2.10. Social Business
 - 2.10.1. Visão estratégica da Web 2.0 e seus desafios
 - 2.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
 - 2.10.3. Como tornar a Web 2.0 e as redes sociais rentáveis
 - 2.10.4. Mobilidade e negócios digitais

Módulo 3. Organização, Gestão e Políticas de Empresa

- 3.1. Estrutura organizativa
 - 3.1.1. Principais mecanismos de coordenação
 - 3.1.2. Departamentos e organogramas
 - 3.1.3. Autoridade e responsabilidade
 - 3.1.4. O *Empowerment*
- 3.2. Projeto organizacional
 - 3.2.1.. Conceito de projeto organizacional
 - 3.2.2. Estrutura organizativa
 - 3.2.3. Tipos de projetos organizacionais
- 3.3. Gestão estratégica de recursos humanos
 - 3.3.1. Planejamento dos postos de trabalho, recrutamento e seleção
 - 3.3.2. Capacitação e desenvolvimento de carreira
 - 3.3.3. Planejamento estratégico da gestão de pessoas
 - 3.3.4. Design e implementação de políticas e práticas de pessoal
- 3.4. Gestão financeira
 - 3.4.1. Oportunidades e ameaças no setor
 - 3.4.2. O conceito de valor e cadeia de valor
 - 3.4.3. Análise de cenários, tomada de decisões e planejamento de contingência
- 3.5. Fundamentos da Gestão Comercial
 - 3.5.1. Análise interna e externa. FOFA
 - 3.5.2. Análise Setorial e Competitiva
 - 3.5.3. Modelo CANVAS
- 3.6. Gestão de produtos
 - 3.6.1. Classificações de produtos
 - 3.6.2. A diferenciação
 - 3.6.3. O design
 - 3.6.4. O luxo
 - 3.6.5. Os temas ambientais
- 3.7. Princípios de fixação de preços
 - 3.7.1. Introdução à fixação de preço
 - 3.7.2. Etapas na fixação da preço

- 3.8. Gestão dos canais de distribuição
 - 3.8.1. Conceito e funções da distribuição comercial
 - 3.8.2. Projeto e gestão dos canais de fornecimento
- 3.9. Comunicação publicitária
 - 3.9.1. Comunicação de Marketing Integrado
 - 3.9.2. Plano de comunicação publicitária
 - 3.9.3. O *Merchandising* como técnica de comunicação
- 3.10. E-commerce
 - 3.10.1. Introdução ao e-commerce
 - 3.10.2. Diferenças entre o comércio tradicional e o e-commerce
 - 3.10.3. Plataformas tecnológicas para e-commerce

Módulo 4. Gestão de empresas de comunicação

- 4.1. A indústria da comunicação
 - 4.1.1. Midiamorfose
 - 4.1.2. Transformação digital
 - 4.1.3. Cibermídia
- 4.2. Estrutura jurídica e econômica das empresas de mídia
 - 4.2.1. Empresário individual (autônomo)
 - 4.2.2. Empresas comerciais
 - 4.2.3. Conglomerado de mídia
- 4.3. Estrutura, gestão e desafios da gestão
 - 4.3.1. Estrutura departamental das diretorias de comunicação
 - 4.3.2. Tendências atuais nos modelos de gestão
 - 4.3.3. Integração de intangíveis
 - 4.3.4. Desafios para o departamento de comunicação
- 4.4. Análise estratégica e fatores de competitividade
 - 4.4.1. Análise do ambiente competitivo
 - 4.4.2. Fatores determinantes da competitividade
- 4.5. Ética empresarial
 - 4.5.1. Conduta ética na empresa
 - 4.5.2. Ética e códigos éticos
 - 4.5.3. Fraudes e conflitos de interesse

- 4.6. A importância do marketing nas empresas de comunicação
 - 4.6.1. Estratégias de marketing na mídia tradicional
 - 4.6.2. Repercussão das RR. SS na agenda mediática
- 4.7. Pensamento estratégico e sistema
 - 4.7.1. A empresa como um sistema
 - 4.7.2. Pensamento estratégico derivado da cultura corporativa
 - 4.7.3. A abordagem estratégica da gestão de pessoas
- 4.8. *Branding*
 - 4.8.1. A marca e suas funções
 - 4.8.2. A criação da marca (*Branding*)
 - 4.8.3. Arquitetura da marca
- 4.9. Formulação da estratégia criativa
 - 4.9.1. Explorar alternativas estratégicas
 - 4.9.2. Contrabriefing ou briefing criativo
 - 4.9.3. *Branding e Positioning*
- 4.10. Projeto do manual de crise/plano de comunicação da crise
 - 4.10.1. Prevenção da crise
 - 4.10.2. Gestionar a comunicação durante a crise
 - 4.10.3. Recuperar-se da crise

Módulo 5. Comunicação estratégica e corporativa

- 5.1. A comunicação nas organizações
 - 5.1.1. As organizações, pessoas e a sociedade
 - 5.1.2. Evolução histórica do comportamento organizacional
 - 5.1.3. Comunicação bidirecional
- 5.2. Tendências na comunicação empresarial
 - 5.2.1. Geração e distribuição de conteúdo corporativo
 - 5.2.2. Comunicação empresarial na Web 2.0
 - 5.2.3. Implementação de métricas no processo de comunicação
- 5.3. Plano de comunicação abrangente
 - 5.3.1. Auditoria e diagnóstico
 - 5.3.2. Elaboração do plano de comunicação
 - 5.3.3. Resultados da medição: KPIs e ROI

- 5.4. Comunicação interna
 - 5.4.1. Programas de motivação, ação social, participação e de capacitação com RH Humanos
 - 5.4.2. Ferramentas de comunicação interna e mídia
 - 5.4.3. O plano de comunicação interna
- 5.5. Comunicação externa
 - 5.5.1. Ações de comunicação externa
 - 5.5.2. A necessidade dos gabinetes de comunicação
- 5.6. Gestão da reputação
 - 5.6.1. Gestão da reputação corporativa
 - 5.6.2. A abordagem da reputação da marca
 - 5.6.3. Gestão da reputação da liderança
- 5.7. Comunicação e reputação digital
 - 5.7.1. Relatório de reputação online
 - 5.7.2. Netiquetas e as boas práticas nas redes sociais
 - 5.7.3. *Branding e Networking 2.0*
- 5.8. Comunicação em situações de crise
 - 5.8.1. Definição e tipos de crises
 - 5.8.2. Fases da crise
 - 5.8.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 5.9. Lobbies e grupos de pressão
 - 5.9.1. Grupos de opinião e seu papel nas empresas e instituições
 - 5.9.2. Relações institucionais e *lobbying*
 - 5.9.3. Áreas de intervenção, instrumentos regulatórios, estratégia e meios de divulgação
- 5.10. Estratégia de marca corporativa
 - 5.10.1. Imagem pública e *Stakeholders*
 - 5.10.2. Estratégia e gestão de branding corporativo
 - 5.10.3. Estratégia de comunicação corporativa alinhada com a identidade da marca

Módulo 6. Os meios de comunicação

- 6.1. Introdução à mídia
 - 6.1.1. O que são os meios de comunicação?
 - 6.1.2. Características da mídia
 - 6.1.3. Utilidade da mídia
- 6.2. Imprensa
 - 6.2.1. Introdução e breve história
 - 6.2.2. Principais características
 - 6.2.3. Do papel ao digital
- 6.3. Rádio
 - 6.3.1. Introdução e breve história
 - 6.3.2. Principais características
- 6.4. Televisão
 - 6.4.1. Introdução e breve história
 - 6.4.2. Televisão tradicional
 - 6.4.3. Novas formas de consumo televisivo
- 6.5. As redes sociais como meios de comunicação
 - 6.5.1. A rede como um novo ambiente de comunicação
 - 6.5.2. Possibilidades comunicativas das redes sociais
- 6.6. Novas plataformas e dispositivos
 - 6.6.1. Um ambiente multitela
 - 6.6.2. Segundas telas de televisão
 - 6.6.3. O consumidor *Multitasker*
- 6.7. Glocalização
 - 6.7.1.. Os Meios de comunicação local:
 - 6.7.2.. Jornalismo de proximidade
- 6.8. Efeitos dos meios de comunicação
 - 6.8.1. Eficácia da comunicação de marketing e publicitária
 - 6.8.2. Teorias de efeitos de mídia
 - 6.8.3. Modelos sociais e de co-criação

- 6.9. Convergência midiática
 - 6.9.1. Um novo ecossistema midiático
 - 6.9.2. Cultura da convergência
- 6.10. Conteúdo gerado pelo usuário
 - 6.10.1. Do consumidor ao prosumidor
 - 6.10.2. Cultura participativa
 - 6.10.3. Inteligência coletiva

Módulo 7. Social Media

- 7.1. Web 2.0
 - 7.1.1. Organização na era da conversação
 - 7.1.2. A web 2.0 são pessoas
 - 7.1.3. Novos ambientes, novos conteúdos
- 7.2. Estratégias em social media
 - 7.2.1. O plano de comunicação corporativa 2.0
 - 7.2.2. Relações públicas corporativas e mídia social
 - 7.2.3. Análise e avaliação dos resultados
- 7.3. *Social Media Plan*
 - 7.3.1. Elaboração de um plano de social media
 - 7.3.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
 - 7.3.3. Protocolo de contingência em caso de crise
- 7.4. Aproximação ao posicionamento em rede: SEO e SEM
 - 7.4.1. Introdução ao SEO e SEM
 - 7.4.2. Funcionamento dos mecanismos de busca
 - 7.4.3. Comportamento dos usuários
- 7.5. Plataformas generalistas, profissionais e de *Microblogging*
 - 7.5.1. Facebook
 - 7.5.2. LinkedIn
 - 7.5.3. Twitter





- 7.6. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade
 - 7.6.1. YouTube
 - 7.6.2. Instagram
 - 7.6.3. Flickr
 - 7.6.4. Vimeo
 - 7.6.5. Pinterest
- 7.7. *Blogging* corporativo
 - 7.7.1. Como criar um blog?
 - 7.7.2. Estratégia de marketing de conteúdo
 - 7.7.3. Como criar um plano de conteúdos para seu blog
 - 7.7.4. Estratégia de curadoria de conteúdo
- 7.8. Plano de Marketing Online
 - 7.8.1. Pesquisa online
 - 7.8.2. Criação do plano de Marketing Online
 - 7.8.3. Configuração e ativação
 - 7.8.4. Lançamento e gestão
- 7.9. *Community Management*
 - 7.9.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *Community Manager*
 - 7.9.2. *Social Media Manager*
 - 7.9.3. *Social Media Strategist*
- 7.10. *Website Analytics* e *Social Media*
 - 7.10.1. Definição de objetivos e KPIs
 - 7.10.2. ROI em Marketing digital
 - 7.10.3. Visualização e interpretação de *Dashboards*

Módulo 8. Gestão de produtos informativos

- 8.1. Definição de produtos informativos
 - 8.1.1. Conceito
 - 8.1.2. Características
 - 8.1.3. Tipos
- 8.2. Processo de desenvolvimento do produto informativo
 - 8.2.1. Fases da produção informativa
 - 8.2.2. *Agenda Setting*
- 8.3. Estratégias para o lançamento de novos produtos informativos
 - 8.3.1. Estratégias tangíveis
 - 8.3.2. Estratégias intangíveis
 - 8.3.3. Estratégia do portfólio de produtos
- 8.4. Estudo da estratégia da concorrência
 - 8.4.1. *Benchmarking*
 - 8.4.2. Tipos de *Benchmarking*
 - 8.4.3. Vantagens
- 8.5. Processo de inovação do portfólio de produtos informativos
 - 8.5.1. Narrativas transmídia
 - 8.5.2. O fenômeno fã
- 8.6. Inovação no posicionamento estratégico
 - 8.6.1. Gamificação
 - 8.6.2. Novos mundos narrativos
- 8.7. Documentação jornalística
 - 8.7.1. Guias essenciais para a documentação jornalística cultural
 - 8.7.2. Documentação histórica
 - 8.7.3. Documentação atual
 - 8.7.4. A furiosa atualidade
- 8.8. Elaborando e planejando um plano de reputação online
 - 8.8.2. Plano de reputação da marca. Métricas gerais, ROI e CRM social
 - 8.8.3. Crise online e SEO reputacional

- 8.9. A importância da comunicação nas organizacionais atuais
 - 8.9.1. Mecanismos e sistemas de comunicação com a mídia
 - 8.9.2. Erros na comunicação de organizações
- 8.10. *Inbound Marketing*
 - 8.10.1. *Inbound marketing* eficaz
 - 8.10.2. Benefícios do *Inbound Marketing*
 - 8.10.3. Medir o sucesso do *Inbound Marketing*

Módulo 9. Ambientes de Mercado e Comunicação

- 9.1. Macroambiente da empresa
 - 9.1.1. Conceito de macroambiente
 - 9.1.2. Variáveis do macroambiente
- 9.2. Microentorno da empresa
 - 9.2.1. Abordagem do conceito de microambiente
 - 9.2.2. Atores do microambiente
- 9.3. Novo Entorno Competitivo
 - 9.3.1. Inovação tecnológica e impacto econômico
 - 9.3.2. Sociedade do Conhecimento
 - 9.3.3. O novo perfil do consumidor
- 9.4. Conhecendo o mercado e o consumidor
 - 9.4.1. Inovação aberta (*Open Innovation*)
 - 9.4.2. Inteligência Competitiva
 - 9.4.3. Economia competitiva
- 9.5. O mercado e o público
 - 9.5.2. Perfil dos usuários da mídia
 - 9.5.3. Fragmentação do público
- 9.6. Desenvolvimento do plano de Marketing
 - 9.6.1. Conceito do plano de Marketing
 - 9.6.2. Análise e diagnóstico da situação
 - 9.6.3. Decisões estratégicas de marketing
 - 9.6.4. Decisões operacionais de marketing

- 9.7 Segmentação de Mercado
 - 9.7.1. Conceito de segmentação de mercados
 - 9.7.2. Utilidade e requisitos de segmentação
 - 9.7.3. Segmentação de mercados de consumo
 - 9.7.4. Segmentação de mercado industriais
 - 9.7.5. Estratégias de segmentação
 - 9.7.6. A segmentação baseada em critérios do marketing-mix
- 9.8. Posicionamento Competitivo
 - 9.8.1. Conceito de posicionamento no mercado
 - 9.8.2. O Processo de posicionamento
- 9.9. Segmentação comercial
 - 9.9.1. Análise dos canais de distribuição, áreas de vendas e produtos
 - 9.9.2. Preparação de áreas comerciais
 - 9.9.3. Implementação do Plano de Visitas
- 9.10. Responsabilidade social corporativa
 - 9.10.1. Compromisso social
 - 9.10.2. Organizações sustentáveis
 - 9.10.3. Ética nas organizações

Módulo 10. Gestão de mercado e os clientes

- 10.1. Marketing Management
 - 10.1.1. Conceito de Marketing management
 - 10.1.2. Novas realidades do Marketing
 - 10.1.3. Um novo mercado: as capacidades dos consumidores e das empresas
 - 10.1.4. Orientação MK holístico
 - 10.1.5. Atualização sobre os 4P do Marketing
 - 10.1.6. Tarefas da Gerência de Marketing
- 10.2. Marketing de relacionamento
 - 10.2.1. Conceito de Marketing Relacional
 - 10.2.2. O cliente como um ativo da empresa
 - 10.2.3. CRM como ferramenta de Marketing relacional

- 10.3. Data Base Marketing
 - 10.3.1. Aplicações do Data Base Marketing
 - 10.3.3. Fontes de informação
- 10.4. Tipos de Comportamento de Compra
 - 10.4.1. Processo de decisão de compra
 - 10.4.2. Etapas do processo de compra
 - 10.4.3. Tipos de Comportamento de Compra
 - 10.4.4. Características dos tipos de comportamento de compra
- 10.5. O Processo de Fidelização
 - 10.5.1. Conhecimento profundo do cliente
 - 10.5.2. Processo de fidelização
 - 10.5.3. O valor do cliente
- 10.6. Seleção de clientes-alvo (CRM)
 - 10.6.1. Projetando um e-CRM
 - 10.6.3. Orientação ao consumidor
 - 10.6.4. O Planejamento 1
- 10.7. Gestão de Projetos de Pesquisa
 - 10.7.1. Ferramentas de Análise da Informação
 - 10.7.2. Desenvolvimento do Plano de Gestão de Expectativas
 - 10.7.3. Avaliação de Viabilidade do Projeto
- 10.8. Pesquisa de mercado online
 - 10.8.1. Ferramentas de pesquisa quantitativa em mercados online
 - 10.8.2. Ferramentas de pesquisa qualitativa dinâmica do cliente
- 10.9. Estudo das audiências tradicionais
 - 10.9.1. Origem de medição das audiências Conceitos básicos
 - 10.9.2. Como se medem as audiências tradicionais
 - 10.9.3. EGM e Kantar Media
- 10.10. Estudos de audiências na internet
 - 10.10.1. A audiência social
 - 10.10.2. Medindo o impacto social: Tuitele
 - 10.10.3. Barlovento e IAB Spain

07

Estágio

Assim que o aluno concluir a etapa online, terá acesso a um estágio presencial em uma agência líder do setor. O aluno poderá realizar uma série de atividades que lhe permitirá consolidar o conhecimento teórico e aprimorar suas habilidades. Esta modalidade será realizada durante 3 semanas, com horário de segunda a sexta-feira, em companhia de um especialista assistente.



“

*Faça seu estágio na melhor agência digital do país
e capacite-se para dirigir uma importante empresa
de comunicações”*

Os ambientes organizacionais exigem pessoal qualificado na área de comunicação e na área gerencial, pois são eixos essenciais atualmente para o desenvolvimento e a evolução da empresa. O desempenho com novos métodos e habilidades avançadas, alinhadas na era digital, permite ao profissional aumentar sua área de eficácia e superar os desafios se apresentarem.

A TECH ciente desta realidade elaborou este programa 100% prático, que permitirá ao aluno desenvolver a carreira no setor de comunicação em funções de gerenciais e organizacionais. Durante 3 semanas, o aluno irá intensificar o processo de aprendizagem, juntamente com uma equipe multidisciplinar que irá demonstrar todas as funções a serem desempenhadas em um cargo executivo tão relevante. Além disso, um orientador irá acompanhar o aluno em todo este processo.

Este Mestrado Próprio Semipresencial é uma excelente oportunidade para aprender sobre todas as atividades que um diretor de empresas de comunicação realiza, como planejamento e posicionamento da empresa, gerenciamento de comunicações em situações de crise ou estudo da viabilidade de qualquer projeto de marketing.

O ensino prático será realizado com a participação ativa do aluno, executando as atividades e os procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação dos professores e de outros colegas da capacitação que promovem o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática diária (aprender a ser e aprender a se relacionar).



Os procedimentos descritos abaixo irão fazer parte da base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

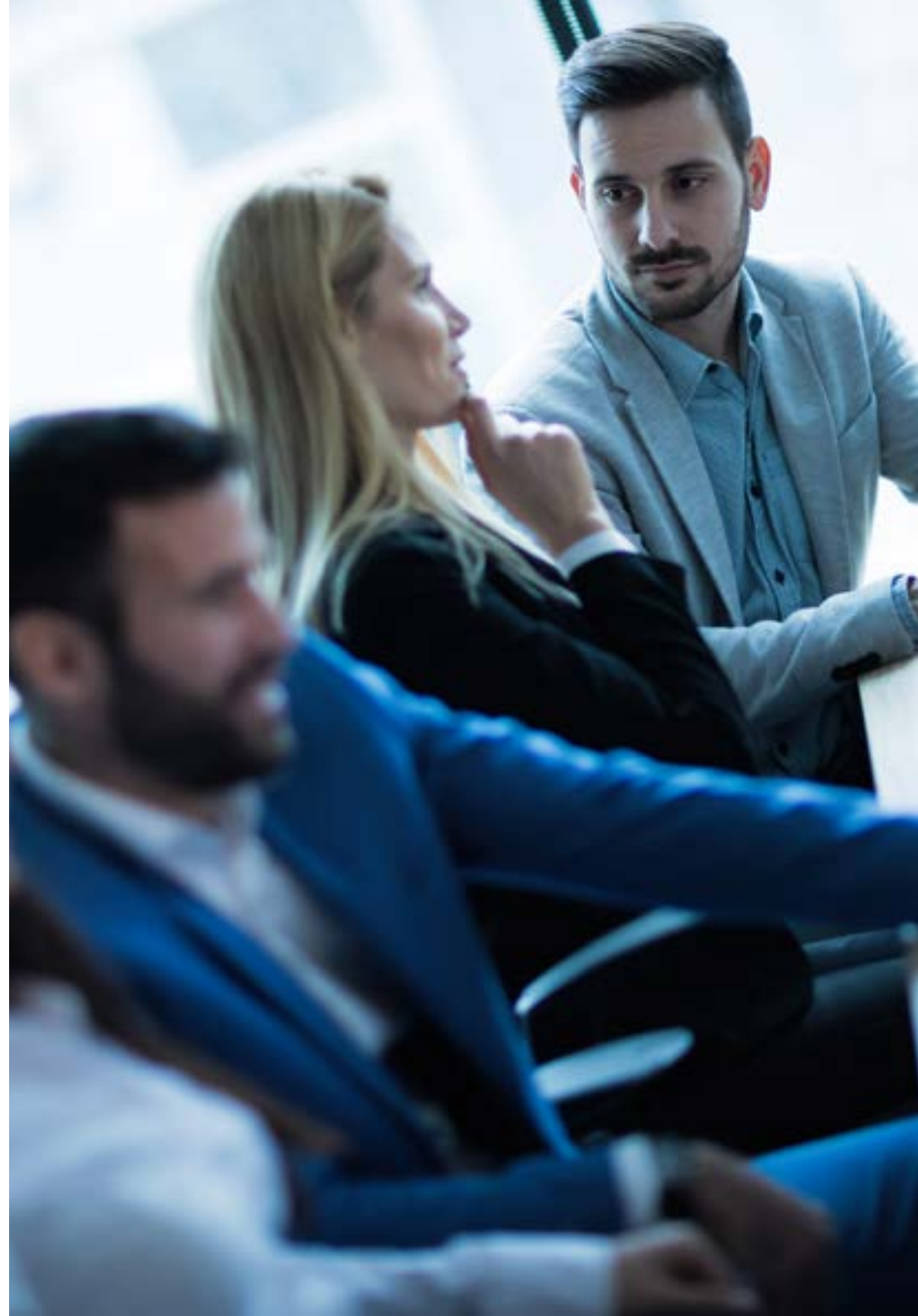
Módulo	Atividade Prática
Técnicas avançadas de management e liderança empresarial	Utilizar teorias de liderança e desafios para desenvolver capacidade de negociação com eficácia
	Participar da gestão de talentos e engajamento
	Utilizar mapas estratégicos e outros indicadores para sugerir propostas inovadoras que permitam maior produtividade
	Verificar o planejamento e posicionamento estratégico para a empresa
	Monetização da web 2.0 e as redes sociais
Abordagem de métodos avançados de MBA em Gestão de Empresas de Comunicação	Aplicar mecanismos de coordenação entre departamento e organogramas
	Elaborar propostas sobre a estrutura organizacional e a implementação de novas práticas
	Análise de cenários, tomada de decisões e planejamento de contingência
	Gerencie a comunicação de crises de acordo com o manual da empresa e, na ausência de um manual, e,, se não tiver um, proponha
	Realizar atividades de Marketing e publicidade
Comunicação estratégica e corporativa	Geração e distribuição conteúdo corporativo intervir no plano de comunicação integral
	Empregar técnicas avançadas de avaliação de resultados os KPL e o ROL
	Participar no plano de gerenciamento de comunicação interna
	Realizar ações de comunicação externa e participar da gestão da reputação da empresa
	Desenvolver relações institucionais e atividades de lobby
	Proporcionar estratégias de mídia social e um plano de comunicação corporativa 2.0
Gestão de Estratégias de marketing	Utilizar Agenda Setting e de novas técnicas de marketing estratégico
	Inovar o portfólio de produtos de informação a apresentação de propostas de ponta
	Aplicação de Inbound Marketing eficaz por meio da geração de conteúdo
	Manuseio de CRM e outros tipos de software de gerenciamento de comunicação
	Intervenção em projetos de pesquisa e estudos de viabilidade

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de capacitação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo, está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para isso, esta entidade educacional se compromete a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro .

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início do estágio programa prático no centro. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa de prático no centro.



Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante Mestrado Próprio Semipresencial o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo em todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas que possam surgir tanto de natureza prática e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá uma duração de 3 semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de 8 horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.

3. NÃO COMPARECIMENTO: em não comparecimento no dia de início do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-lo sem que haja possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas. A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, consequentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

4. CERTIFICAÇÃO: ao passar nas provas Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

5. RELAÇÃO DE EMPREGO: o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de nenhum tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem exigir um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio Presencial. Nestes casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágio da TECH para que seja confirmada a atribuição do centro escolhido.

7. NÃO INCLUÍDO: o Mestrado Semipresencial não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.

08

Onde posso realizar o Estágio?

A TECH está na vanguarda da educação digital, oferecendo a seus alunos os melhores e mais inovadores centros de capacitação presencial, aprimorando assim suas habilidades e habilidades para gerenciar e liderar qualquer empresa do setor de comunicações. Esta é uma oportunidade única para os alunos continuarem a crescer em sua área de trabalho, ao lado dos melhores especialistas em Marketing e gestão de negócios.



“

Após a conclusão deste estágio intensivo, você estará preparado para realizar um trabalho de excelência como diretor de uma empresa de comunicações”

tech 44 | Onde posso realizar o Estágio?



O aluno poderá fazer a parte prática deste Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



ESCOLA DE NEGÓCIOS

Match Mode

País	Cidade
Espanha	Barcelona

Endereço: Avenida Diagonal 696
(08034) Barcelona

Única plataforma especializada em moda para a contratação de freelancer especializados no setor

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão de Comunicação em Moda e Luxo
- MBA em Gestão de Empresas de Comunicação





ESCOLA DE NEGÓCIOS

Piensamarketing

País
Argentina

Cidade
Rio Negro

Endereço: Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agência de marketing e comunicação social e
digital

Capacitações práticas relacionadas:

- Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
- MBA em Marketing Digital



ESCOLA DE NEGÓCIOS

Recovery

País
Argentina

Cidade
San Luis

Endereço: Rivadavia 470, D5700
San Luis, Argentina

Empresa especializada em Direito, Ciência
Econômica e Comunicação

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Empresas de Comunicação
- Marketing e Comunicação Política

09

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”

A Escola de Negócios da TECH utiliza o 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”



Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

“ *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.

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 seu 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 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

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

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a 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 cursos, 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



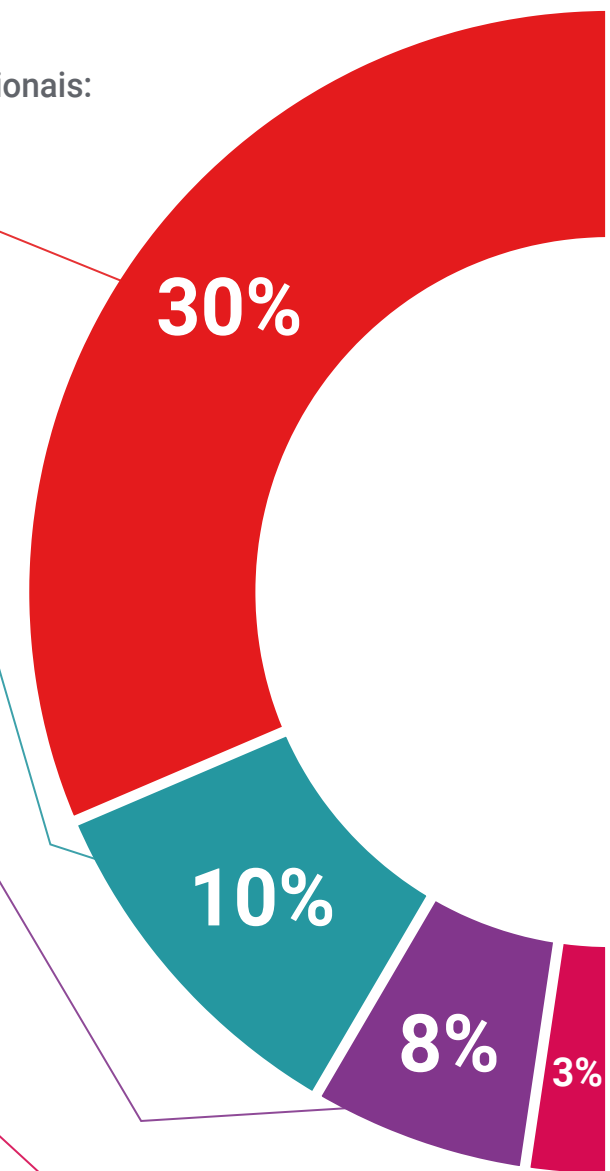
Práticas de habilidades gerenciais

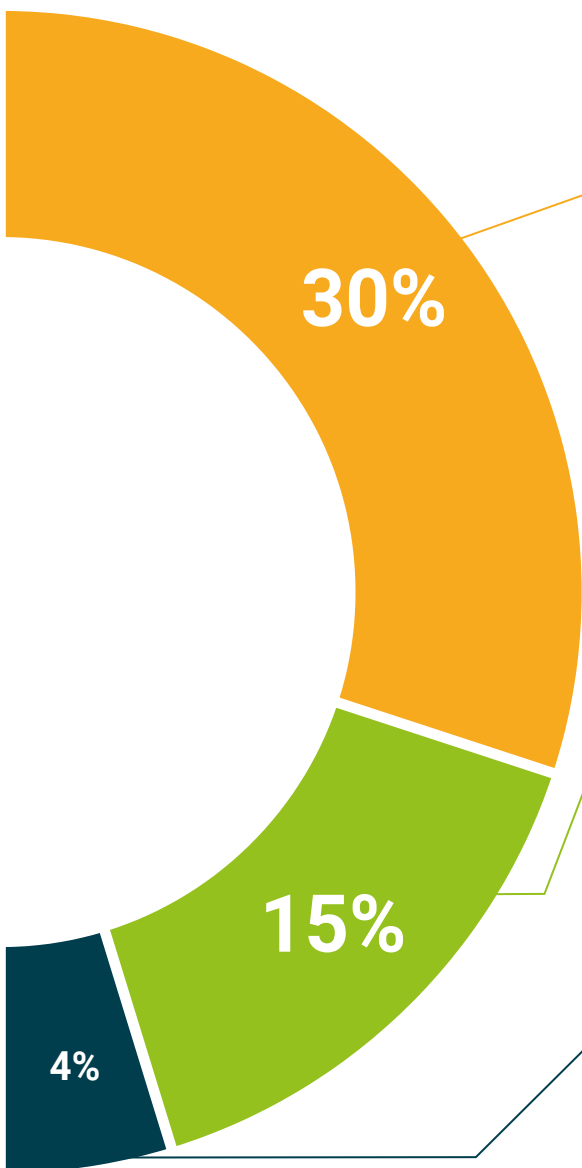
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 da alta gestão 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.



10 Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial Gestão de Empresas de Comunicação garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

O **Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Gestão de Empresas de Comunicação** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do cenário profissional e acadêmico.

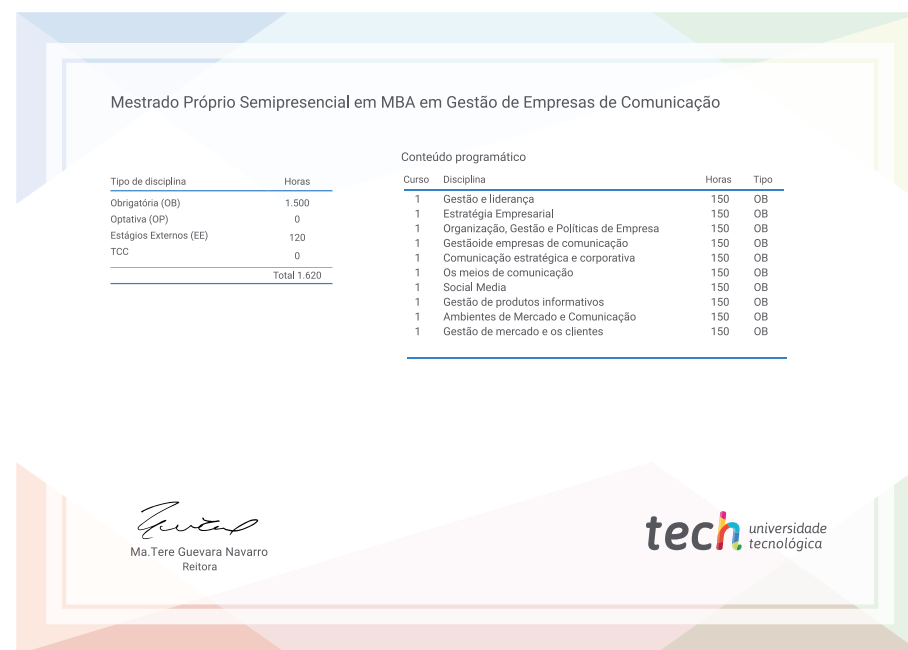
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

Além do certificado de conclusão, o aluno poderá solicitar uma declaração e o certificado do conteúdo do programa. Para isso, será necessário entrar em contato com o orientador acadêmico, que irá proporcionar todas as informações necessárias.

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Gestão de Empresas de Comunicação**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágio)**

Duração: **12 meses**





Executive Master
Semipresencial
MBA em Gestão de
Empresas de Comunicação

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Empresas de Comunicação