

Programa Avançado

Comunicação





Programa Avançado

Comunicação

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

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-comunicacao

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificado

pág. 26

01

Apresentação

A comunicação é fundamental no setor de publicidade e relações públicas, considerando que as mensagens devem ter uma série de características específicas que servem para persuadir o público e incentivá-lo a comprar. Este programa foi elaborado pela TECH visando oferecer ao aluno as mais recentes técnicas e ferramentas de comunicação, bem como os mais avançados conhecimentos da área, que serão fundamentais para o seu crescimento pessoal e, principalmente, profissional. Um programa de alta qualidade que se destaca por seu conteúdo abrangente e atualizado e pela metodologia de aprendizagem eficaz.



“

Acesse posições relevantes na área da Comunicação, aprimorando suas habilidades e competências através deste Programa Avançado"

Este Programa Avançado tem como objetivo proporcionar ao aluno as ferramentas e os conhecimentos necessários para obter uma visão abrangente e detalhada da comunicação, compreendendo o sistema dos meios de comunicação e sua estrutura no panorama mundial e seu contexto global. O programa abordará a configuração da estrutura de comunicação global composta por grandes conglomerados de mídia, agências de notícias, grupos de publicidade e a indústria cinematográfica. Além disso, o aluno conhecerá os integrantes do sistema de meios de comunicação e quais empresas participam da composição acionária das grandes companhias de comunicação, assim como as políticas dos órgãos públicos nacionais e transnacionais em relação à mídia.

Por sua vez, a comunicação corporativa tornou-se um dos pilares mais importantes de qualquer empresa. Por isso, todas as entidades buscam estar presentes nos meios de comunicação, além de ter uma melhor comunicação com seus clientes, fornecedores e funcionários. Em muitos casos, esta vontade de comunicar a qualquer custo não segue nenhuma tática para alcançar uma estratégia definida, mas envolve uma improvisação que uma empresa não pode pagar. Logo, é fundamental que o profissional adquira uma qualificação superior nesta área, permitindo-lhe dominar as principais técnicas e ferramentas da comunicação e colocá-las em prática em seu trabalho diário, além de possibilitar o acesso a posições relevantes.

Este programa também oferecerá ao aluno uma visão geral detalhada do pensamento criativo e sua aplicação na área da comunicação, permitindo compreender e assimilar o processo criativo em qualquer circunstância vital, com atenção especial à comunicação persuasiva. O objetivo é oferecer teorias e técnicas para superar preconceitos, desenvolver a imaginação e despertar uma atitude para gerar ideias originais em qualquer esfera comunicativa.

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

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



Conheça as particularidades da Comunicação e torne-se um especialista na área"



Este programa irá capacitá-lo nos aspectos fundamentais da comunicação"

A equipe de professores deste programa é formada por profissionais de diferentes áreas relacionadas com esta especialidade. Desta forma, a TECH poderá garantir o seu objetivo de atualização acadêmica. Uma equipe multidisciplinar de profissionais experientes em diferentes ambientes, que desenvolverão os conhecimentos teóricos, de forma eficiente, mas, acima de tudo, colocarão a serviço dos estudantes os conhecimentos práticos derivados de sua própria experiência.

O domínio desta disciplina será complementado com a eficácia do design metodológico. Desenvolvido por uma equipe de especialistas em e-learning, , integrando os últimos avanços em tecnologia educacional. Desta forma, o aluno poderá estudar com uma gama de ferramentas multimídia confortáveis e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita para seu processo de estudo.

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

Matricule-se neste Programa Avançado e obtenha acesso ilimitado a todos os seus recursos acadêmicos.

Nossa prática virtual lhe dará a oportunidade de aprender através de uma experiência imersiva, proporcionando uma integração mais rápida e uma visão muito mais realista dos conteúdos.



02 Objetivos

A realização deste Programa Avançado de Comunicação da TECH permitirá ao aluno alcançar seus objetivos acadêmicos nessa área, adquirindo os conhecimentos necessários para transferi-los com sucesso em seu trabalho diário, o que será um grande diferencial no crescimento profissional na área. Sem dúvida, um programa que será um divisor de águas na capacitação do profissional.





“

Se seu objetivo é reorientar sua formação visando novos caminhos de sucesso e crescimento, este é o Programa Avançado ideal para você”

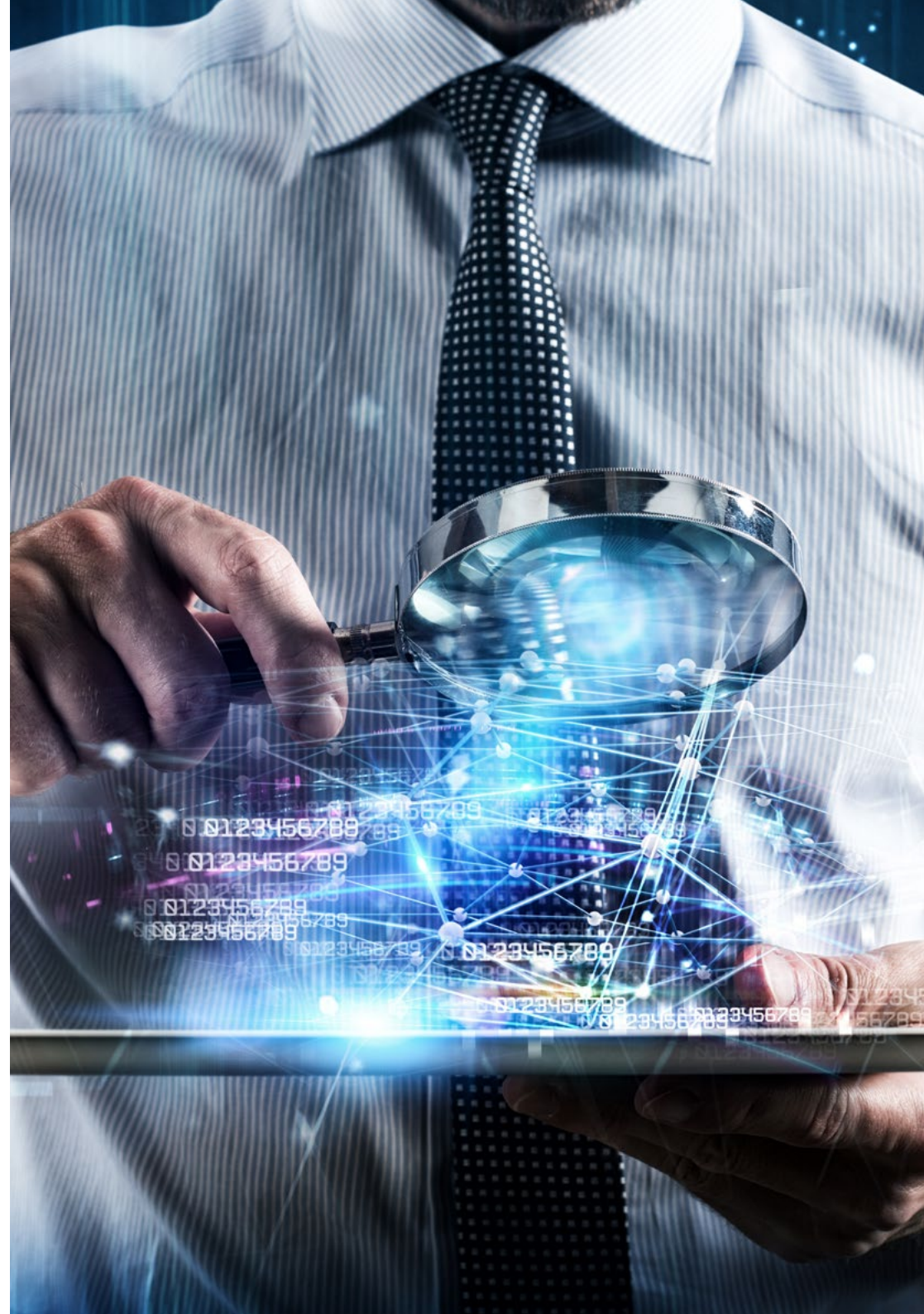


Objetivo geral

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

“

Alcance seus objetivos acadêmicos na área da comunicação e desenvolva-se com sucesso neste setor”





Objetivos Específicos

Módulo 1. Estrutura da Comunicação

- ♦ Entender os conceitos básicos e modelos teóricos da comunicação humana, seus elementos e características, assim como o papel que ela desempenha nos processos psicológicos da publicidade e das relações públicas
- ♦ Ter a habilidade de contextualizar adequadamente os sistemas de mídia e, em particular, a estrutura de comunicação global
- ♦ Descrever as principais tendências de pesquisa em comunicação social e seus diferentes modelos: comportamental, funcional, construtivista e estruturalista
- ♦ Saber definir a estrutura de ação dos grandes grupos de mídia e seus processos de concentração

Módulo 2. Comunicação Institucional

- ♦ Conhecer o departamento de comunicação dentro das empresas e instituições
- ♦ Aplicar as técnicas necessárias para a gestão de um departamento de comunicação dentro de empresas e instituições
- ♦ Saber organizar eventos no âmbito privado e público, seguindo as diretrizes do protocolo
- ♦ Conhecer as técnicas de pesquisa de imagem corporativa e saber como aplicar ferramentas de comunicação para administrá-las de forma eficaz em empresas e organizações públicas
- ♦ Aplicar as ferramentas de análise de identidade e reputação corporativa
- ♦ Analisar a natureza e o funcionamento dos grupos de interesse e pressão nas democracias atuais.
- ♦ Compreender a importância das redes sociais e o *e-mobile* como uma revolução comercial e usar essas ferramentas para atingir os objetivos de publicidade e relações públicas

Módulo 3. Criatividade na Comunicação

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

Módulo 4. Empresa de Publicidade e Relações Públicas

- ♦ Capacitar o aluno para relacionar a publicidade e as relações públicas de forma coerente com outras ciências sociais e humanas
- ♦ Capacitar o estudante para compreender os conceitos básicos e modelos teóricos da comunicação humana, seus elementos e características, bem como o papel que desempenha nos processos psicológicos da publicidade e das relações públicas
- ♦ Preparar o estudante para identificar e analisar os processos psicossociais, cognitivos e emocionais da Comunicação Publicitária e das relações públicas

03

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Programa Avançado foi desenvolvido por diferentes especialistas com um objetivo claro: garantir que os alunos adquiram as habilidades necessárias para se tornarem autênticos especialistas em comunicação, aplicando todos os conhecimentos adquiridos em sua prática diária. Trata-se de um completíssimo e bem estruturado programa que elevará as habilidades do aluno aos mais altos padrões de qualidade e sucesso, possibilitando o acesso a posições relevantes na área da publicidade e relações públicas.



“

O plano de estudos está estruturado em unidades didáticas bem desenvolvidas, o que possibilitará uma jornada acadêmica de sucesso na área da comunicação"

Módulo 1. Estrutura da Comunicação

- 1.1. Teoria, conceito e método da estrutura de comunicação
 - 1.1.2. O método estruturalista
 - 1.1.3. Definição e objeto da estrutura da comunicação
 - 1.1.4. Guia para a análise da estrutura da comunicação
- 1.2. Nova Ordem Internacional de Comunicação
 - 1.2.1. Controle e propriedade da comunicação
 - 1.2.2. Comercialização da comunicação
 - 1.2.3. Dimensão cultural da comunicação
- 1.3. Grandes agências informativas
 - 1.3.1. O que é uma agência de informação
 - 1.3.2. Informações e notícias Importância do jornalista
 - 1.3.3. Antes da internet, as grandes incógnitas
 - 1.3.4. Um mapa globalizado Do local ao transnacional
 - 1.3.5. As agências de notícias podem ser vistas graças à internet
 - 1.3.6. As principais agências do mundo
- 1.4. A indústria publicitária e sua relação com o sistema de mídia
 - 1.4.1. Indústria publicitária, indústrias da consciência
 - 1.4.2. A necessidade da publicidade para os meios de comunicação
 - 1.4.3. A estrutura da indústria publicitária
 - 1.4.4. A mídia e a sua relação com a indústria da publicidade
 - 1.4.5. Regulamentação e ética publicitária
- 1.5. Cinema e o mercado da cultura e do lazer
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. A complexidade do cinema
 - 1.5.3. A origem da indústria
 - 1.5.4. Hollywood, a capital mundial do cinema
 - 1.5.5. O poder de Hollywood
 - 1.5.6. Desde os Oscars dourados de Hollywood até o *photocall* de novas plataformas





- 1.6. Poder político e os meios de comunicação
 - 1.6.1. Influência dos meios de comunicação na formação da sociedade
 - 1.6.2. Meios de comunicação e o poder político
 - 1.6.3. Manipulação e poder (político)
- 1.7. Concentração da mídia e políticas de comunicação
 - 1.7.1. Abordagem teórica dos processos de crescimento externo
 - 1.7.2. Concorrência e políticas de comunicação na União Europeia
- 1.8. Estrutura da comunicação
 - 1.8.1. O setor de comunicação no contexto da atividade econômica
 - 1.8.2. O mercado da comunicação
 - 1.8.3. A comunicação no sistema de produção espanhol: entre a concorrência perfeita e o oligopólio
 - 1.8.4. O setor público e privado de comunicação
 - 1.8.5. Principais setores da mídia no mercado de notícias espanhol
 - 1.8.6. Estrutura da televisão
 - 1.8.7. A Rádio
 - 1.8.8. Mídia impressa e digital
 - 1.8.9. Os grupos de comunicação e suplementos
 - 1.8.10. O declínio da imprensa livre e a emergente imprensa digital
- 1.9. Estrutura de comunicação na América Latina
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. Aproximação histórica
 - 1.9.3. Bipolaridade do sistema de mídia latino-americano
 - 1.9.4. A mídia hispânica nos Estados Unidos
- 1.10. Uma perspectiva da estrutura da comunicação e do jornalismo
 - 1.10.1. A digitalização e a nova estrutura da mídia
 - 1.10.2. A estrutura da comunicação nos países democráticos

Módulo 2. Comunicação Institucional

- 2.1. A Direção de Comunicação
- 2.2. Ética cultura e valores
- 2.3. Identidade e imagem corporativa
- 2.4. Publicidade e comunicação
- 2.5. Comunicação digital
- 2.6. Gestão de eventos
- 2.7. Patrocínio e mecenato
- 2.8. Lobbies
- 2.9. Comunicação interna
- 2.10. Crises
- 2.11. Comunicação financeira
- 2.12. Protocolo comercial

Módulo 3. Criatividade na Comunicação

- 3.1. Criar é pensar
 - 3.1.1. A arte da pensar
 - 3.1.2. Pensamento criativo e criatividade
 - 3.1.3. Pensamento e cérebro
 - 3.1.4. As linhas de pesquisa sobre criatividade: sistematização
- 3.2. Natureza do processo criativo
 - 3.2.1. Natureza da criatividade
 - 3.2.2. A noção de criatividade: criação e criatividade
 - 3.2.3. A criação de ideias a serviço da comunicação persuasiva
 - 3.2.4. Natureza do processo criativo na publicidade
- 3.3. A invenção
 - 3.3.1. Evolução e análise histórica do processo de criação
 - 3.3.2. Natureza do cânone clássico da inventio
 - 3.3.3. A visão clássica da inspiração na origem das ideias
 - 3.3.4. Invenção, inspiração, persuasão

- 3.4. Retórica e comunicação persuasiva
 - 3.4.1. Retórica e publicidade
 - 3.4.2. As partes retóricas da comunicação persuasiva
 - 3.4.3. Figuras retóricas
 - 3.4.4. Leis retóricas e funções da linguagem publicitária
- 3.5. Comportamento e personalidade criativa
 - 3.5.1. A criatividade como característica pessoal, como produto e como processo
 - 3.5.2. Comportamento criativo e motivação
 - 3.5.3. Percepção e pensamento criativo
 - 3.5.4. Elementos da criatividade
- 3.6. Aptidões e habilidades criativas
 - 3.6.1. Sistemas de pensamento e modelos de inteligência criativa
 - 3.6.2. O modelo tridimensional da estrutura do intelecto de Guilford
 - 3.6.3. Interação entre fatores e capacidades do intelecto
 - 3.6.4. Habilidades criativas
 - 3.6.5. Competências criativas
- 3.7. As fases do processo criativo
 - 3.7.1. A criatividade como um processo
 - 3.7.2. As fases do processo criativo
 - 3.7.3. As fases do processo criativo na publicidade
- 3.8. A solução de problemas
 - 3.8.1. A criatividade e a resolução de problemas
 - 3.8.2. Bloqueios perceptivos e bloqueios emocionais
 - 3.8.3. Metodologia da invenção: programas e métodos criativos
- 3.9. Os métodos do pensamento criativo
 - 3.9.1. O *brainstorming* como modelo de criação de ideias
 - 3.9.2. Pensamento vertical e pensamento lateral
- 3.10. Criatividade e comunicação publicitária
 - 3.10.1. O processo criativo como um produto específico da comunicação publicitária
 - 3.10.2. Caráter do processo criativo na publicidade: a criatividade e o processo de criação publicitária
 - 3.10.3. Princípios metodológicos e efeitos da criação publicitária
 - 3.10.4. A criação publicitária: do problema à solução
 - 3.10.5. Criatividade e comunicação persuasiva

Módulo 4. Introdução à Psicologia da Comunicação

- 4.1. História da Psicologia
 - 4.1.1. Começamos com o estudo da psicologia
 - 4.1.2. A ciência em evolução Mudanças históricas e de paradigma
 - 4.1.3. Paradigmas e estágios em psicologia
 - 4.1.4. Ciência cognitiva
- 4.2. Introdução à psicologia social
 - 4.2.1. Começando com o estudo da psicologia social: a influência
 - 4.2.2. Empatia, altruísmo e comportamento de ajuda
- 4.3. Cognição social: o processamento de informações sociais
 - 4.3.1. Pensar e saber, necessidades vitais
 - 4.3.2. Cognição social
 - 4.3.3. Organizando informações
 - 4.3.4. Pensamento: prototípico ou categórico
 - 4.3.5. Os erros que cometemos ao pensarmos: os vieses inferenciais
 - 4.3.6. Processamento automático de informações
- 4.4. Psicologia da personalidade
 - 4.4.1. O que é o "eu"? Identidade e personalidade
 - 4.4.2. Auto-consciencialização
 - 4.4.3. A auto-estima
 - 4.4.4. Autoconhecimento
 - 4.4.5. Variáveis interpessoais na configuração da personalidade
 - 4.4.6. Variáveis macro-sociais na formação da personalidade
- 4.5. As emoções
 - 4.5.1. Do que falamos quando ficamos emocionados?
 - 4.5.2. A Natureza das emoções
 - 4.5.3. Emoções e personalidade
 - 4.5.4. De outra perspectiva Emoções sociais
- 4.6. Psicologia da comunicação. Persuasão e mudança de atitude
 - 4.6.1. Introdução à Psicologia da Comunicação
 - 4.6.2. Atitudes
 - 4.6.3. Modelos históricos no estudo da comunicação persuasiva
 - 4.6.4. O modelo de probabilidade de elaboração (ELM)
 - 4.6.5. Processos de comunicação através da mídia
- 4.7. O emissor
 - 4.7.1. A fonte da comunicação persuasiva
 - 4.7.2. Características da fonte Credibilidade
 - 4.7.3. Características da fonte A atratividade
 - 4.7.4. Características do transmissor O poder
 - 4.7.5. Processos em comunicação persuasiva. Mecanismos baseados na cognição primária
- 4.8. A mensagem
 - 4.8.1. Começamos olhando para a composição da mensagem
 - 4.8.2. Tipos de mensagens: mensagens racionais vs. emocionais
 - 4.8.3. Mensagens emocionais e comunicação: mensagens indutoras de medo
 - 4.8.4. Mensagens racionais e comunicação
- 4.9. O destinatário
 - 4.9.1. O papel do destinatário de acordo com o Modelo de Probabilidade de Elaboração
 - 4.9.2. Necessidades e motivos do destinatário: seu impacto na mudança de atitudes
- 4.10. Novas perspectivas no estudo da comunicação
 - 4.10.1. Processamento não consciente de informações Processos automáticos
 - 4.10.2. Medição de processos automáticos na comunicação
 - 4.10.3. Primeiros passos em novos paradigmas
 - 4.10.4. Teorias de sistemas de duplo processamento



Um programa de ensino completo, estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientado para uma aprendizagem compatível com sua vida pessoal e profissional"

04

Metodologia

Esta capacitação oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modelo 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, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que constitui as bases deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja seguida.

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

O método do caso foi o sistema de aprendizagem mais utilizado nas melhores faculdades de negócios do mundo desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais realmente complexas para que eles tomassem decisões e fizessem juízos de valor fundamentados sobre como 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 nos deparamos no método de caso, um método de aprendizagem orientado à ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todos os seus conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

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

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 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

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

Nossa universidade é a única com licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma integrada. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 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 grupo de alunos 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 você se envolver 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, sabemos não somente como organizar informações, ideias, imagens e memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa de estudos estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.

Neste programa de estudos, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi elaborado especificamente para o programa de estudos pelos especialistas que irão ministra-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

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 colocamos 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.



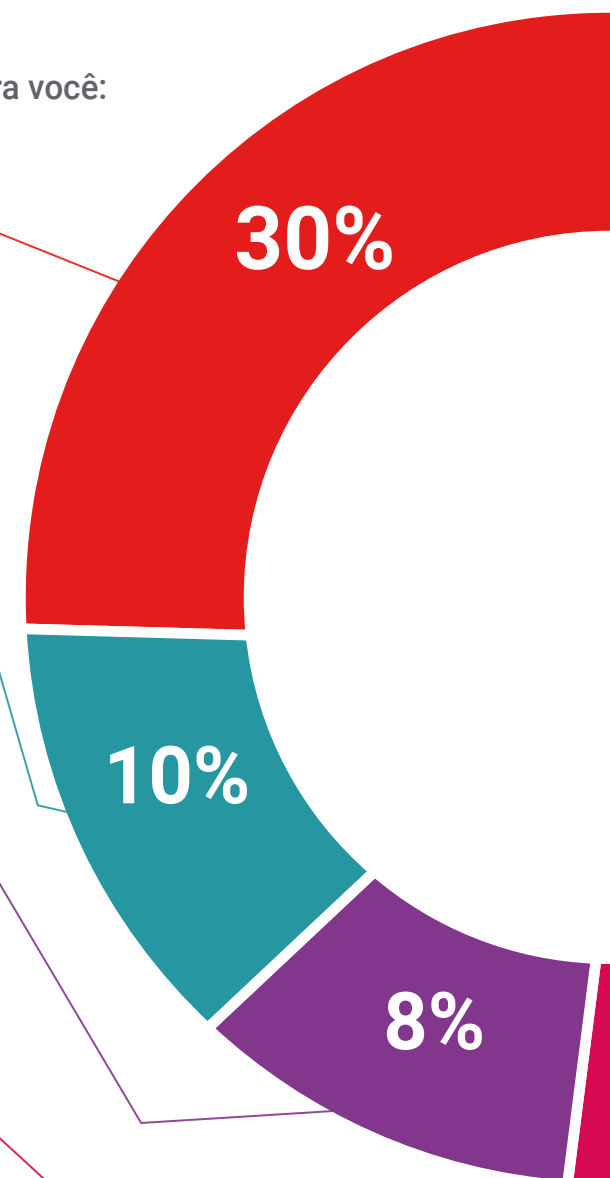
Práticas de aptidões e competências

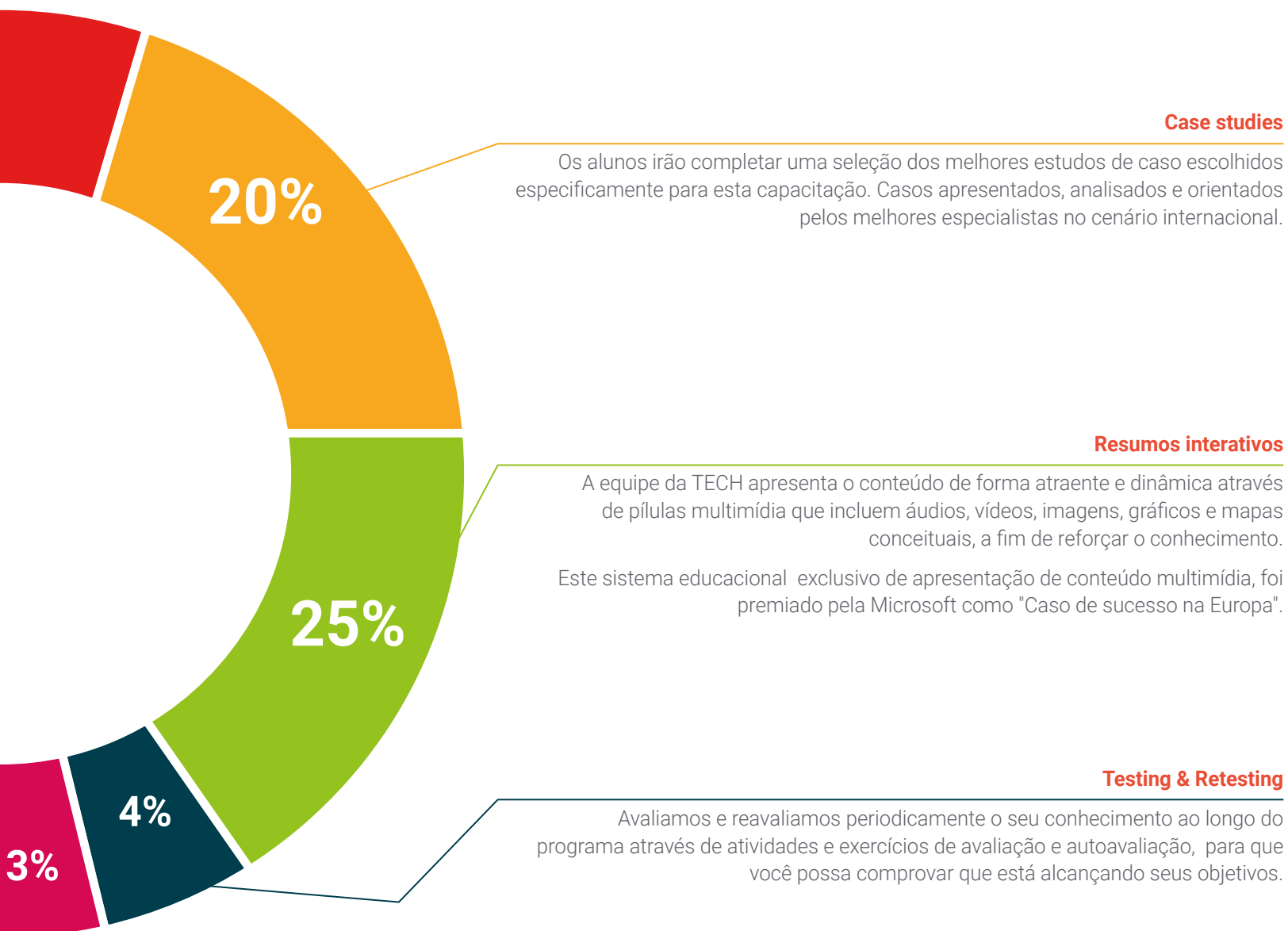
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 sua capacitação.





05

Certificado

O Programa Avançado de Comunicação garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Programa Avançado de Comunicação** 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 Comunicação**

Nº de Horas Oficiais: **600h**



futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualificação
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Comunicação

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

Programa Avançado

Comunicação