

Curso de Especialização

Criatividade Publicitária





Curso de Especialização

Criatividade Publicitária

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-criatividade-publicitaria

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificação

pág. 26

01

Apresentação

A especialização de criatividade publicitária proporciona ao aluno uma visão aprofundada do pensamento criativo e da sua aplicação no domínio da publicidade e das relações públicas. Assim, através desta capacitação, o aluno será capaz de compreender e assimilar o processo criativo em qualquer circunstância essencial, prestando especial atenção à comunicação persuasiva. Desta forma, o aluno poderá adquirir as ferramentas necessárias para gerir a sua atividade como criativo publicitário de forma bem sucedida, acedendo a cargos relevantes no setor em que poderá contribuir com todo o seu valor para alcançar os objetivos estabelecidos pela empresa.



MEDIA COMMUNICATION

LIKE

Lorem ipsum dolor sit amet consec
tetur adipiscing elit sed do eiusmod.

01 



AT

ipsum dolor sit amet
adipiscing elit se

“

Os criativos publicitários são um dos perfis profissionais mais procurados atualmente, uma vez que o seu trabalho ajuda as empresas a aumentar as suas receitas”

A criatividade é um aspeto fundamental da publicidade, um setor que deve estar sempre a inovar para transmitir eficazmente a sua mensagem ao público. Por este motivo, a especialização dos profissionais desta área é de grande relevância na sociedade atual, que depende cada vez mais da publicidade, através de diferentes meios de comunicação, para orientar as suas ações comerciais.

Com o objetivo de melhorar a qualificação dos profissionais neste domínio, a TECH concebeu este Curso de Especialização de grande qualidade pedagógica, graças ao qual os alunos irão adquirir uma perspetiva alargada sobre a redação de textos publicitários e a possibilidade de conhecer a finalidade de um anúncio. Para o efeito, serão abordadas algumas regras e advertências destinadas a tornar a redação eficaz e profissional.

Além disso, a TECH fornece um compêndio de conhecimentos relacionados com a redação de textos publicitários, que permitirá aos alunos aprender a aplicar e analisar as particularidades da redação de cada uma das diferentes mensagens: cartas, brochuras, anúncios de imprensa, cartazes, anúncios publicitários, spots, etc., tanto em aspetos teóricos como em casos práticos. A partir daí, o aluno será capaz de incorporar as diretrizes, chaves e modelos de referência aprendidos sobre redação publicitária, para os suportes e plataformas mais atuais, Internet e redes sociais, adquirindo competências de escrita e a capacidade de desenvolver a imaginação para gerar ideias originais em qualquer formato publicitário.

Esta especialização destina-se especialmente a a profissionais que pretendam tornar-se diretores artísticos no domínio da publicidade. Uma das principais características deste perfil profissional é a sua ambição de melhorar continuamente o seu trabalho, de conhecer, de explorar os limites da comunicação para surpreender e captar o recetor da sua mensagem, razão pela qual este Curso de Especialização irá significar um acréscimo de qualidade na sua especialização, marcando um antes e um depois na sua forma de trabalhar.

Sem dúvida, uma especialização que será um marco na qualificação dos alunos que, além disso, poderão estudar totalmente online, o que constitui uma vantagem, sobretudo para as pessoas que têm de conciliar o tempo de estudo com as suas restantes obrigações diárias. Esta modalidade digital concretiza-se graças à utilização de metodologias de ensino extremamente inovadoras, que facilitam o estudo e a aprendizagem.

Este **Curso de Especialização em Criatividade Publicitária** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ A utilização da mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ O sistema de ensino, intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos, é fácil de assimilar e compreender
- ♦ Desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas no ativo
- ♦ Sistemas de vídeo interativos de última geração
- ♦ Ensino apoiado pela teleprática
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem autoregulada, permitindo total compatibilidade com outras ocupações
- ♦ Exercícios práticos de auto-avaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educativas: perguntas ao especialista, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ Comunicação com o corpo docente e trabalhos de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis



Conheça os principais desafios da criatividade publicitária e desenvolva as competências necessárias para ter sucesso neste domínio”

“

Se pretende aceder a cargos relevantes no domínio da publicidade, este Curso de Especialização será uma qualificação essencial no seu currículo”

O corpo docente desta especialização é composto por profissionais de diferentes áreas relacionadas com esta especialidade. Desta forma, a TECH pode oferecer o objetivo de atualização académica a que se propôs. Uma equipa multidisciplinar de profissionais experientes em diferentes ambientes que desenvolverão os conhecimentos teóricos de uma forma eficiente, mas acima de tudo, colocarão ao serviço dos alunos os conhecimentos práticos decorrentes da sua própria experiência.

Este domínio do assunto é complementado pela eficácia do projeto metodológico. Desenvolvido por uma equipa de especialistas em e-learning, integra os últimos avanços na tecnologia educativa. Desta forma, o aluno poderá estudar com uma gama de ferramentas multimédia práticas e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita no processo de estudo.

A conceção desta especialização centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas. Uma abordagem que concebe a aprendizagem como um processo eminentemente prático. Para alcançar isto remotamente, é utilizada a **teleprática**. Assim, com a ajuda de um sistema inovador de vídeo eletrónico e o **Learning from an Expert**, o aluno será capaz de adquirir os conhecimentos como se estivesse a lidar com um caso real. Um conceito que permitirá que a aprendizagem seja integrada e fundamentada de forma realista e permanente.

Uma Curso de Especialização que lhe permitirá trabalhar no setor da publicidade, desenvolvendo o seu lado mais criativo.

A TECH aposta na inovação tecnológica e no ensino digital como principal método de aprendizagem.



02

Objetivos

O principal objetivo deste Curso de Especialização em Criatividade Publicitária da TECH é fornecer aos alunos as ferramentas necessárias, tanto técnicas como pessoais, que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional no setor da publicidade, permitindo-lhes atingir o nível de excelência exigido pelas empresas atualmente. Desta forma, os alunos irão adquirir uma qualificação superior que lhes permitirá desenvolver as suas capacidades mais criativas para conceber mensagens publicitárias de sucesso.



“

Se é apaixonado por publicidade, não perca este Curso de Especialização, onde encontrará as chaves para desenvolver o seu lado mais criativo”



Objetivo geral

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

“

Um percurso de crescimento profissional que o irá impulsionar em direção a uma maior competitividade no mercado de trabalho”





Objetivos específicos

Módulo 1. Criatividade na comunicação

- ♦ Conhecer 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 suportes e diferentes meios de comunicação
- ♦ Conhecer os elementos, formas e processos das linguagens publicitárias e outras formas de comunicação persuasiva
- ♦ Conhecer instrumentos significativos e apropriados para o estudo da publicidade e das relações públicas
- ♦ Conhecer os campos da publicidade e das relações públicas e os seus processos e estruturas organizacionais
- ♦ Identificar os perfis profissionais do publicitário e do profissional de relações públicas, bem como as principais competências que lhes são exigidas na sua prática profissional
- ♦ Identificar os princípios fundamentais da criatividade humana e a sua aplicação nas manifestações de comunicação persuasiva

Módulo 2. Criatividade publicitária I: Redação

- ♦ Saber utilizar tecnologias e técnicas de informação e comunicação nos diferentes meios de comunicação ou sistemas mediáticos combinados e interativos
- ♦ Reconhecer os elementos, formas e processos das linguagens publicitárias e outras formas de comunicação persuasiva
- ♦ Reconhecer instrumentos significativos e apropriados para o estudo da publicidade e das relações públicas
- ♦ Saber analisar os elementos que compõem a mensagem publicitária: elementos gráficos, elementos audiovisuais e elementos musicais e sonoros

- ♦ Assumir o papel criativo de redator dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Ser capaz de desempenhar o papel profissional de redator numa agência de publicidade ou num departamento de publicidade de uma empresa ou instituição

Módulo 3. Criatividade publicitária II: Direção de arte

- ♦ Compreender a natureza e o potencial comunicativo das imagens e do design gráfico
- ♦ Conhecer o processo criativo da publicidade
- ♦ Produzir peças publicitárias atempadamente e de acordo com as especificações dos diferentes géneros de publicidade e relações públicas
- ♦ Ser capaz de desempenhar o papel profissional de diretor de arte numa agência de publicidade ou num departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Participar na produção de publicidade audiovisual
- ♦ Fomentar a criatividade e a persuasão através de diferentes suportes e diferentes meios de comunicação

03

Estrutura e conteúdo

Este Curso de Especialização em Criatividade Publicitária da TECH conta com um plano de estudos muito bem estruturado em unidades didáticas que facilitam a aprendizagem dos alunos. Desta forma, poderão acompanhar um setor altamente competitivo que exige profissionais qualificados e atualizados no que diz respeito às principais técnicas da área. Uma especialização única, tanto pela qualidade do seu conteúdo como pelo seu corpo docente.



“

Realize uma especialização de sucesso através dos mais recentes conceitos e estratégias de criatividade publicitária”

Módulo 1. Criatividade na comunicação

- 1.1. Criar é pensar
 - 1.1.1. A arte de pensar
 - 1.1.2. Pensamento criativo e criatividade
 - 1.1.3. Pensamento e cérebro
 - 1.1.4. As linhas de investigação sobre a criatividade: sistematização
- 1.2. Natureza do processo criativo
 - 1.2.1. Natureza da criatividade
 - 1.2.2. A noção de criatividade: criação e criatividade
 - 1.2.3. A criação de ideias ao serviço de uma comunicação persuasiva
 - 1.2.4. Natureza do processo criativo em publicidade
- 1.3. A invenção
 - 1.3.1. Evolução e análise histórica do processo de criação
 - 1.3.2. Natureza do cânone clássico da invenção
 - 1.3.3. A visão clássica da inspiração na origem das ideias
 - 1.3.4. Invenção, inspiração, persuasão
- 1.4. Retórica e comunicação persuasiva
 - 1.4.1. Retórica e publicidade
 - 1.4.2. As partes retóricas da comunicação persuasiva
 - 1.4.3. Figuras retóricas
 - 1.4.4. Leis e funções retóricas da linguagem publicitária
- 1.5. Comportamento e personalidade criativa
 - 1.5.1. A criatividade como característica pessoal, como produto e como processo
 - 1.5.2. Comportamento criativo e motivação
 - 1.5.3. Perceção e pensamento criativo
 - 1.5.4. Elementos da criatividade
- 1.6. Aptidões e capacidades criativas
 - 1.6.1. Sistemas de pensamento e modelos de inteligência criativa
 - 1.6.2. Modelo tridimensional da estrutura do intelecto de Guilford
 - 1.6.3. Interação entre fatores e capacidades do intelecto
 - 1.6.4. Competências criativas
 - 1.6.5. Competências criativas

- 1.7. As fases do processo criativo
 - 1.7.1. A criatividade como processo
 - 1.7.2. As fases do processo criativo
 - 1.7.3. As fases do processo criativo na publicidade
- 1.8. A resolução de problemas
 - 1.8.1. A criatividade e a resolução de problemas
 - 1.8.2. Bloqueios perceptivos e bloqueios emocionais
 - 1.8.3. Metodologia da invenção: programas e métodos criativos
- 1.9. Os métodos do pensamento criativo
 - 1.9.1. O *brainstorming* como modelo para a criação de ideias
 - 1.9.2. Pensamento vertical e pensamento lateral
 - 1.10. Criatividade e comunicação publicitária
 - 1.10.1. O processo criativo como produto específico da comunicação publicitária
 - 1.10.2. A natureza do processo criativo na publicidade: a criatividade e o processo de criação na publicidade
 - 1.10.3. Princípios metodológicos e efeitos da criação publicitária
 - 1.10.4. A criação publicitária: do problema à solução
 - 1.10.5. Criatividade e comunicação persuasiva

Módulo 2. Criatividade publicitária I: redação publicitária

- 2.1. Conceito de redação
 - 2.1.1. Redação e escrita
 - 2.1.2. Redação e pensamento
 - 2.1.3. Redação e ordem
- 2.2. Fundamentos da redação publicitária
 - 2.2.1. A correção
 - 2.2.2. A adaptação
 - 2.2.3. A eficácia
- 2.3. Características da redação publicitária
 - 2.3.1. A nominalização
 - 2.3.2. A desestruturação
 - 2.3.3. Concentração expressiva



- 2.4. O texto e a imagem
 - 2.4.1. Do texto à imagem
 - 2.4.2. Funções do texto
 - 2.4.3. Funções da imagem
 - 2.4.4. Relações entre texto e imagem
- 2.5. A marca e o slogan
 - 2.5.1. A marca
 - 2.5.2. Características da marca
 - 2.5.3. O slogan
- 2.6. Publicidade direta
 - 2.6.1. O folheto
 - 2.6.2. O catálogo
 - 2.6.3. Outros anexos
- 2.7. Publicidade na imprensa: o anúncio em grande formato
 - 2.7.1. Jornais e revistas
 - 2.7.2. Superestrutura
 - 2.7.3. Características formais
 - 2.7.4. Características editoriais
- 2.8. Publicidade na imprensa: outros formatos
 - 2.8.1. Os anúncios de palavras
 - 2.8.2. Superestrutura
 - 2.8.3. O reclame
 - 2.8.4. Superestrutura
- 2.9. Publicidade exterior
 - 2.9.1. Formatos
 - 2.9.2. Características formais
 - 2.9.3. Características editoriais
- 2.10. Publicidade na rádio
 - 2.10.1. A linguagem da rádio
 - 2.10.2. O spot de rádio
 - 2.10.3. Superestrutura
 - 2.10.4. Tipos de spots
 - 2.10.5. Características formais

- 2.11. Publicidade audiovisual
 - 2.11.1. A imagem
 - 2.11.2. O texto
 - 2.11.3. A música e os efeitos sonoros
 - 2.11.4. Formatos publicitários
 - 2.11.5. O guião
 - 2.11.6. O *storyboard*

Módulo 3. Criatividade publicitária II: direção de arte

- 3.1. Temas e objetos de design gráfico publicitário
 - 3.1.1. Perfis profissionais relacionados
 - 3.1.2. Contexto académico e competências
 - 3.1.3. Anunciante e agência
- 3.2. Direção criativa e ideia criativa
 - 3.2.1. Processo criativo
 - 3.2.2. Tipos de processos criativos
 - 3.2.3. Direção de arte e ideia formal
- 3.3. O papel do diretor de arte
 - 3.3.1. O que é a direção de arte
 - 3.3.2. Como funciona a direção de arte
 - 3.3.3. A equipa criativa
 - 3.3.4. O papel do diretor de arte
- 3.4. Fundamentos do design gráfico publicitário
 - 3.4.1. Conceitos de design e normas de design
 - 3.4.2. Tendências e estilos
 - 3.4.3. Pensamento, processo e gestão do design
 - 3.4.4. Metáfora científica
- 3.5. Metodologia do grafismo publicitário
 - 3.5.1. Criatividade gráfica
 - 3.5.2. Processos de design
 - 3.5.3. Comunicação e estética



- 3.6. Estratégia gráfica
 - 3.6.1. Apreensão formal
 - 3.6.2. Mensagem gráfica
 - 3.6.3. Estado estético
- 3.7. Arquitetura gráfica
 - 3.7.1. Tipometria
 - 3.7.2. Espaços gráficos
 - 3.7.3. Retícula
 - 3.7.4. Normas de paginação
- 3.8. Artes finais
 - 3.8.1. Artes finais
 - 3.8.2. Processos
 - 3.8.3. Sistemas
- 3.9. Criação de suportes gráficos publicitários
 - 3.9.1. Publigráfia
 - 3.9.2. Imagem visual organizacional (IVO)
- 3.10. Anúncios gráficos publicitários
 - 3.10.1. *Packaging*
 - 3.10.2. Páginas web
 - 3.10.3. Imagem corporativa em páginas Web



Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional"

04

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A 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 tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende-se com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



Este programa oferece o melhor material educacional, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ministrar o curso, em específico para o mesmo, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são então aplicados em formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem componentes de alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas acerca da utilidade da observação por terceiros especialistas.

O que se designa de Learning from an Expert fortalece o conhecimento e a recordação, e constrói a confiança em futuras decisões difíceis.



Estágios de aptidões e competências

Exercerão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista deve desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH, o aluno terá acesso a tudo o que precisa para completar a sua qualificação.





Estudos de Caso

Completarão uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especificamente para esta licenciatura. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas do panorama internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de forma atrativa e dinâmica em conteúdos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como um "Caso de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo do curso, por meio de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que o aluno controle o cumprimento dos seus objetivos.



05

Certificação

O Curso de Especialização em Criatividade Publicitária garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Curso de Especialização em Criatividade Publicitária** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado.

Após ser aprovado na avaliação, o aluno receberá por correio com aviso de recepção o certificado* correspondente ao **título de Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Curso de Especialização, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em c**

ECTS: **18**

Carga horária: **450 horas**



*Apostila de Haia Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo com 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 site

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização

Criatividade Publicitária

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online

Curso de Especialização Criatividade Publicitária

