

Programa Avançado  
Marketing Digital  
para Social Media



The image features a hand-drawn graphic on a grid background. The central text 'DIGITAL MARKETING' is written in large, bold, black letters and is highlighted with a bright yellow background. Above this text, the word 'OPTIMIZATION' is partially visible. To the left, 'SEO' is written in green on a yellow sticky note. To the right, 'Feed' is written in blue. The graphic also includes several arrows and a pair of blue-rimmed glasses in the upper right corner. The overall design is colorful and creative, with various geometric shapes and colors like orange, green, and blue.

DIGITAL  
MARKETING



## Programa Avançado

### Marketing Digital para Social Media

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

Acesso ao site: [www.techtitute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-marketing-social-media](http://www.techtitute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-marketing-social-media)

# 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

Os departamentos de marketing são um dos principais das empresas, devido ao grande poder que possuem no consumo, sendo capazes de direcionar suas campanhas para os perfis de consumidores mais representativos para as marcas. Além disso, estão capacitados para analisar o mercado e traçar estratégias competitivas que permitam um maior alcance em suas publicidades. A qualificação do jornalista nessa área vem ganhando força, por isso a TECH desenvolveu esse programa específico para esse perfil de profissional, atendendo às suas necessidades e das companhias.



“

*Este programa irá ajudá-lo a conhecer a aplicação das principais ferramentas de marketing digital para Social Media, o que permitirá obter os maiores benefícios possíveis”*

As estratégias de marketing estão intimamente relacionadas à comunicação, pois a transmissão de uma determinada mensagem é a peça fundamental para ambas. Nesse sentido, é necessário considerar que a comunicação publicitária transformou-se nos últimos vinte anos com a criação do chamado ecossistema digital, que altera os diferentes modos de comunicação graças às possibilidades abertas pela tecnologia. O ambiente digital gera diferentes fatores fundamentais para o comportamento social, que requer novas linguagens e modifica as relações entre emissores e receptores de mensagens. Isso também implica novos padrões de contextualização e interpretação de conteúdos.

Por todos esses motivos, é importante compreender o papel da comunicação nos processos de marketing e, principalmente, aprimorar a qualificação do jornalista nessa área, considerando que o uso adequado da linguagem garante um perfil de destaque nesse setor. Diante desse cenário, a TECH desenvolveu o Programa Avançado de Marketing Digital para Social Media que marcará um antes e um depois na formação desses profissionais, fornecendo-lhes os recursos mais inovadores e conhecimentos avançados sobre essa disciplina. Ao longo desses meses, o aluno aprenderá a analisar, interpretar e estruturar informações digitais para criar campanhas de marketing adequadas para alcançar os objetivos das empresas.

Trata-se de um programa que ensinará o aluno a desenvolver-se com sucesso na gestão de ferramentas de Marketing Digital para Social Media. A aprendizagem é alcançada pela combinação do ensino prático e teórico, oferecendo uma opção única para dar maior visibilidade ao CV.

Este **Programa Avançado de Marketing Digital para Social Media** 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 estudos de caso apresentados por especialistas em prática
- ♦ Sistemas de vídeo interativo de última geração
- ♦ Ensinamentos apoiados pela prática online
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem autorregulada, 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



*Integre-se a equipes de destaque na área de marketing digital e agregue seus conhecimentos para obter sucesso no setor"*

“

*Um Programa Avançado que lhe permitirá trabalhar em todas as áreas do marketing digital, com a desenvoltura de um profissional de alto nível”*

O corpo docente deste programa é composto por profissionais de diferentes áreas relacionadas a esta especialidade. Desta forma a TECH garante 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.

Este domínio do assunto é complementado pela eficácia do desenho metodológico. Desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de especialistas em e-learning, esta capacitação integra os últimos avanços da tecnologia educacional. Desta forma, o estudante 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 estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas. Uma abordagem que concebe 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 a aprendizagem de uma forma mais realista e permanente.

*Uma experiência única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional.*

*Com a inovadora metodologia didática da TECH, você aprenderá de forma dinâmica todas as informações apresentadas nesse Programa Avançado.*



# 02 Objetivos

Este Programa Avançado de Marketing Digital para Social Media foi desenvolvido com o principal objetivo de oferecer ao profissional de jornalismo e comunicação as principais ferramentas para gerenciar com sucesso um setor cada vez mais competitivo e fundamental para todas as empresas. Por isso, a qualificação e a atualização dos conhecimentos para manter-se alinhado com os principais avanços do setor são fundamentais para o profissional que pretenda ocupar posições de grande responsabilidade, e o aluno poderá encontrar esses avanços neste programa.





“

*Se você deseja ser um especialista em Marketing Digital para Social Media, aproveite a oportunidade e realize este Programa Avançado. Você encontrará as informações mais recentes sobre este tema"*



### Objetivo geral

---

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



*Um programa exclusivo que será fundamental para o seu crescimento pessoal e profissional"*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Fundamentos da comunicação no ambiente digital

- ♦ Capacitar e preparar o aluno para utilizar as tecnologias e técnicas de informação e comunicação nos diferentes meios ou sistemas de mídia combinados e interativos
- ♦ Capacitar o aluno para beneficiar-se de sistemas e recursos informáticos na área da publicidade e das relações públicas, assim como suas aplicações interativas
- ♦ Capacitar o aluno para ter a capacidade de analisar, processar, interpretar, elaborar e estruturar a comunicação digital

### Módulo 2. Pesquisa em meios digitais

- ♦ Compreender a importância da Internet na busca e gestão da informação na área de publicidade e relações públicas, em sua utilização em casos específicos
- ♦ Ser capaz de analisar e otimizar o uso de novos canais de comunicação e estratégias de mídia digital pelo profissional de publicidade e relações públicas
- ♦ Saber como aplicar técnicas de pesquisa de comunicação publicitária
- ♦ Organizar o trabalho de pesquisa e comunicação em mídia digital
- ♦ Dominar as estratégias e ferramentas de pesquisa na internet, conhecendo os diferentes formatos, veículos e sites de armazenamento de dados a serviço da publicidade e das relações públicas
- ♦ Conhecer e compreender a importância da internet no trabalho de pesquisa no campo da publicidade e das relações públicas

### Módulo 3. Redes Sociais e *Community Management*

- ♦ Capacitar o aluno a compreender a importância da Internet na busca e gestão da informação na área de publicidade e relações públicas, em sua aplicação a casos específicos
- ♦ Interpretar, analisar, processar, elaborar e estruturar a comunicação digital
- ♦ Capacitar o aluno para analisar e otimizar o uso de novos canais de comunicação e estratégias de mídia digital pelo profissional de publicidade e relações públicas
- ♦ Compreender a importância das redes sociais e do e-mobile como uma revolução comercial, utilizando estas ferramentas para alcançar os objetivos publicitários e de relações públicas

# 03

## Estrutura e conteúdo

Os professores desse Programa Avançado de Marketing Digital para Social Media elaboraram esse plano de estudos incluindo os mais recentes conceitos e estratégias que o profissional de jornalismo e comunicação poderá aplicar em suas atividades diárias no setor publicitário. Um conteúdo totalmente inovador que proporcionará os conhecimentos necessários sobre as diferentes aplicações tecnológicas que serão fundamentais para seu desenvolvimento profissional, possibilitando a competitividade em uma área com grande demanda.



“

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

## Módulo 1. Fundamentos da comunicação no ambiente digital

- 1.1. Web 2.0 ou web social
  - 1.1.1. Organização na era da conversação
  - 1.1.2. A web 2.0 são pessoas
  - 1.1.3. Ambiente digital e novos formatos de comunicação
- 1.2. Comunicação e reputação digital
  - 1.2.1. Relatório de reputação online
  - 1.2.2. *Netiqueta* e boas práticas em redes sociais
  - 1.2.3. Marcas e redes 2.0
- 1.3. Projetando e planejando um plano de reputação online
  - 1.3.1. Visão geral das principais *Social Media*
  - 1.3.2. Plano de reputação da marca
  - 1.3.3. Métricas gerais, ROI e CRM social
  - 1.3.4. Crise online e SEO reputacional
- 1.4. Plataformas generalistas, profissionais e de microblogging
  - 1.4.1. Facebook
  - 1.4.2. LinkedIn
  - 1.4.3. Twitter
- 1.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade
  - 1.5.1. YouTube
  - 1.5.2. Instagram
  - 1.5.3. Flickr
  - 1.5.4. Vimeo
  - 1.5.5. Pinterest
- 1.6. Estratégia de conteúdo e *Storytelling*
  - 1.6.1. Blogging corporativo
  - 1.6.2. Estratégia de marketing de conteúdo
  - 1.6.3. Criação de um plano de conteúdo
  - 1.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdo
- 1.7. Estratégias em *Mídia Social*
  - 1.7.1. Relações públicas corporativas e mídia social
  - 1.7.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
  - 1.7.3. Análise e avaliação dos resultados



- 1.8. Administração comunitária
  - 1.8.1. Papéis, tarefas e responsabilidades da administração comunitária
  - 1.8.2. Gerente de Mídias Sociais
  - 1.8.3. Estrategista de mídia social
- 1.9. Plano de mídia social
  - 1.9.1. Elaboração de um plano de *social media*
  - 1.9.2. Calendário, orçamento, expectativas e monitoramento
  - 1.9.3. Protocolo de contingência em caso de crise
- 1.10. Ferramentas de monitoramento online
  - 1.10.1. Ferramentas de gestão e aplicações desktop
  - 1.10.2. Ferramentas de monitoramento e pesquisa

## Módulo 2. Pesquisa em meios digitais

- 2.1. O método científico e suas técnicas
  - 2.1.1. Introdução
  - 2.1.2. O método científico e suas técnicas
  - 2.1.3. Método científico e técnicas metodológicas
  - 2.1.4. Projeto e fases de pesquisa
  - 2.1.5. Regras básicas para seleção, verificação, citação e referência bibliográfica
  - 2.1.6. Abordagens e perspectivas de pesquisa
  - 2.1.7. Normas éticas e deontológicas
- 2.2. Metodologia I
  - 2.2.1. Introdução
  - 2.2.2. Aspectos mensuráveis: o método quantitativo
  - 2.2.3. Técnicas quantitativas
  - 2.2.4. Tipos de enquete
  - 2.2.5. A preparação do questionário e a apresentação dos resultados
- 2.3. Metodologia II
  - 2.3.1. Introdução
  - 2.3.2. Aspectos mensuráveis: o método qualitativo
  - 2.3.3. Técnicas quantitativas
  - 2.3.4. Entrevistas individuais e seu tipo
  - 2.3.5. A entrevista em grupo e suas variáveis: grupos de discussão ou *Focus Groups*

- 2.3.6. Outras técnicas de conversação: Philips 66, *brainstorming*, Delphi, clusters de intervenção participativa, árvore de problemas e soluções
- 2.3.7. Pesquisa-ação participativa
- 2.4. Metodologia III
  - 2.4.1. Introdução
  - 2.4.2. Revelando comportamentos e interações comunicativas: observação e suas variantes
  - 2.4.3. Observação como um método científico
  - 2.4.4. O procedimento: planejamento da observação sistemática
  - 2.4.5. Diferentes modos de observação
  - 2.4.6. Observação online: etnografia digital
- 2.5. Metodologia IV
  - 2.5.1. Introdução
  - 2.5.2. Descobrir o conteúdo das mensagens: análise do conteúdo e do discurso
  - 2.5.3. Introdução à análise de conteúdo quantitativo
  - 2.5.4. A seleção da amostra e o design das categorias
  - 2.5.5. Processamento de dados
  - 2.5.6. Análise crítica do discurso
  - 2.5.7. Outras técnicas para análise de textos de mídia
- 2.6. Técnicas de coleta de dados digital
  - 2.6.1. Introdução
  - 2.6.2. Conhecer as reações: experimentar na comunicação
  - 2.6.3. Introdução aos experimentos
  - 2.6.4. O que é um experimento em comunicação?
  - 2.6.5. A experimentação e suas tipologias
  - 2.6.6. O projeto prático do experimento
- 2.7. Técnicas de organização de dados digitais
  - 2.7.1. Introdução
  - 2.7.2. A informação digital
  - 2.7.3. Problemas e propostas metodológicas
  - 2.7.4. A imprensa online: características e uma abordagem para sua análise

- 2.8. Serviços instrumentais participativos
    - 2.8.1. Introdução
    - 2.8.2. A Internet como objeto de estudo: critérios para avaliar a qualidade e a fiabilidade de seus conteúdos
    - 2.8.3. Internet como objeto de estudo
    - 2.8.4. Critérios para avaliar a qualidade e confiabilidade do conteúdo na internet
  - 2.9. A qualidade da Internet como fonte: estratégias para validação e confirmação
    - 2.9.1. Introdução
    - 2.9.2. Pesquisa na internet e plataformas digitais
    - 2.9.3. Procura e navegação no ambiente online
    - 2.9.4. Abordagem para a pesquisa de formatos digitais: blogs
    - 2.9.5. Abordagem dos métodos das pesquisa de redes sociais
    - 2.9.6. Pesquisa dos hiperlinks
  - 2.10. Divulgação da atividade de pesquisa
    - 2.10.1. Introdução
    - 2.10.2. Tendências de pesquisa em comunicação
    - 2.10.3. Introdução ao panorama contemporâneo da pesquisa em comunicação
    - 2.10.4. A readaptação dos objetos clássicos da pesquisa em comunicação
    - 2.10.5. O surgimento de objetos clássicos de pesquisa
    - 2.10.6. Em direção à interdisciplinaridade e à hibridização metodológica
- Módulo 3. Comunicações Integradas de Marketing**
- 3.1. Introdução e tipologia das redes sociais
    - 3.1.1. Mídia social versus mídia tradicional
    - 3.1.2. O que é uma rede social?
    - 3.1.3. Evolução das redes sociais na internet
    - 3.1.4. As redes sociais na atualidade
    - 3.1.5. Características das redes sociais na internet
    - 3.1.6. Tipologia de mídia social
  - 3.2. Funções do *Community Manager*
    - 3.2.1. A figura do *Community Manager* e seu papel na empresa
    - 3.2.2. Guia do *Community Manager*
    - 3.2.3. O perfil do *Community Manager*
  - 3.3. Rede social dentro da estrutura da empresa
    - 3.3.1. A importância das mídias sociais nos negócios
    - 3.3.2. Os diferentes perfis que trabalham com redes sociais
    - 3.3.3. Como escolher a melhor estrutura para a gestão das mídias sociais?
    - 3.3.4. Atendimento ao cliente em redes sociais
    - 3.3.5. Relacionamento da equipe de *Social Media* com outros departamentos da empresa
  - 3.4. Introdução ao Marketing Digital
    - 3.4.1. Internet: O marketing torna-se infinito
    - 3.4.2. Objetivos do Marketing na Internet
    - 3.4.3. Principais conceitos na Internet
    - 3.4.4. Marketing operacional na web
    - 3.4.5. Otimização de motores de busca
    - 3.4.6. As redes sociais
    - 3.4.7. *Community Manager*
    - 3.4.8. O *e-commerce*
  - 3.5. Plano estratégico para redes sociais e *Social Media* .
    - 3.5.1. A importância de ter um plano de mídia social alinhado com o plano estratégico da empresa
    - 3.5.2. Análise preliminar
    - 3.5.3. Objetivos
    - 3.5.4. Estratégias
    - 3.5.5. Ações
    - 3.5.6. Orçamentos
    - 3.5.7. Calendário
    - 3.5.8. Plano de Contingência
  - 3.6. Reputação online
  - 3.7. Principais redes sociais I
  - 3.8. Facebook: aumentando a presença da marca
    - 3.8.1. Introdução: O que é o Facebook e como ele pode nos ajudar?
    - 3.8.2. Principais elementos no campo profissional
    - 3.8.3. Promoção de conteúdo
    - 3.8.4. Analíticas



- 3.9. Twitter: 140 caracteres para atingir os objetivos
  - 3.9.1. Introdução: O que é Twitter e como ele pode nos ajudar?
  - 3.9.2. Principais elementos
  - 3.9.3. Promoção de conteúdo
  - 3.9.4. Analíticas
- 3.10. LinkedIn A rede social profissional por excelência
  - 3.10.1. Introdução: O que é o LinkedIn e como ele pode nos ajudar?
  - 3.10.2. Principais elementos
  - 3.10.3. Promoção de conteúdo
- 3.11. Principais redes sociais II
  - 3.11.1. YouTube: o segundo maior mecanismo de busca na internet
  - 3.11.2. Principais elementos
  - 3.11.3. Publicidade
  - 3.11.4. YouTube Analytics
  - 3.11.5. Casos de sucesso
  - 3.11.6. Instagram e Pinterest O poder da imagem
  - 3.11.7. Instagram
  - 3.11.8. Casos de sucesso
  - 3.11.9. Pinterest
- 3.12. Blogs e marca pessoal
  - 3.12.1. Definição
  - 3.12.2. Tipologia
- 3.13. Ferramentas para o *Community Manager*
  - 3.13.1. Monitoramento e programação *Hootsuite*
  - 3.13.2. Ferramentas específicas para cada rede social
  - 3.13.3. Ferramentas para a escuta ativa
  - 3.13.4. Ferramentas de encurtamento de URL
  - 3.13.5. Ferramentas para geração de conteúdo

04

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"*

## Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”*



*Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.*



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

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

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

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação.

Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

## Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

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

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

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



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

*O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.*

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



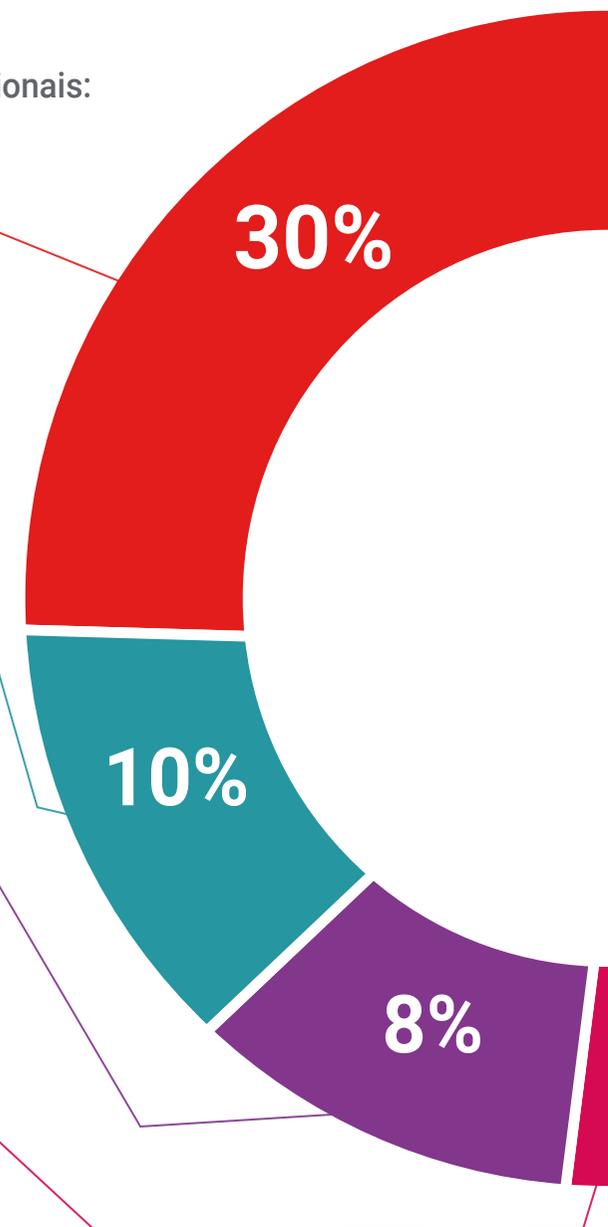
#### Práticas de habilidades e competências

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



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





#### Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



#### Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



#### Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

# Certificado

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



“

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

Este **Programa Avançado de Marketing Digital para Social Media** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* do **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 Marketing Digital para Social Media**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



futuro  
saúde confiança pessoas  
informação orientadores  
educação certificação ensino  
garantia aprendizagem  
instituições tecnologia  
comunidade compr  
atenção personalizada  
conhecimento inovatio  
presente qualitate  
desenvolvimento si

**tech** universidade  
tecnológica

**Programa Avançado**  
**Marketing Digital**  
**para Social Media**

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

# Programa Avançado

## Marketing Digital para Social Media



# ADVERTISING

Second quarter  
Apr-Jun

+0.12%

Third quarter  
Jul-Sep

+41.9

**tech** universidade  
tecnológica

+22.2

+12.0

+10.2