

Programa Avançado

Gestão Estratégica de Marca Pessoal





Programa Avançado

Gestão Estratégica de Marca Pessoal

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

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

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia

pág. 22

06

Certificado

pág. 30

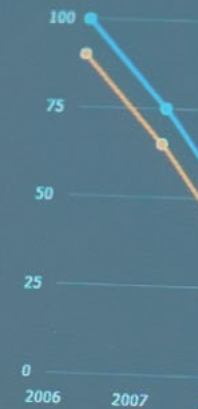
01

Apresentação

A concorrência na Internet está aumentando, e uma marca pessoal forte pode fazer a diferença no mercado de trabalho e na carreira de um jornalista. Essa é mais uma razão pela qual o curso preparado pela TECH aborda uma área fundamental no mundo do trabalho atual. Este programa se concentra na estratégia de marca pessoal, identidade verbal e visual, *Elevator Pitch*, a Oratória e o *Storytelling* Pessoal, entre outros pontos importantes. Também inclui técnicas de *Copywriting* e a seleção estratégica de plataformas e estratégias de comunicação. Sempre 100% online, o curso oferece grande flexibilidade para organizar os recursos acadêmicos de acordo com a comodidade completa do aluno.



Analytic Record





“

Não perca a oportunidade de impulsionar sua marca pessoal como comunicador com as mais recentes estratégias digitais”

Atualmente, a concorrência no mercado de trabalho está se tornando cada vez mais exigente e complexa, portanto, é importante se destacar no mercado profissional. Isso requer uma ferramenta poderosa e eficaz, como a marca pessoal, que permite identificar e promover com eficácia as habilidades e o conhecimento na esfera comunicativa. Por esse motivo, é necessário adquirir noções avançadas sobre sua gestão estratégica, para que os profissionais possam construir e gerenciar sua marca pessoal de forma eficaz no mundo digital e se destacar em um mercado competitivo.

Assim, o Programa Avançado de Gestão Estratégica de Marca Pessoal foi criado para abordar essa questão e fornecer as ferramentas necessárias para que os jornalistas desenvolvam sua própria marca pessoal e possam gerenciá-la estrategicamente. A qualificação se concentra no domínio da gestão de identidade digital, no desenvolvimento de uma marca pessoal coerente, na criação de uma estratégia de comunicação e na implementação de técnicas de *Branding* e Marketing pessoal.

Essa valiosa oportunidade acadêmica foi criada para aqueles que desejam se destacar e se posicionar nessa área sem a necessidade de comparecer pessoalmente a uma instituição educacional. Trata-se de um programa 100% online que utiliza a metodologia pedagógica do *Relearning* para internalizar as ideias mais rapidamente, tornando esta uma experiência altamente eficiente.

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

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Gestão Estratégica de Marca Pessoal
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente úteis fornecem informações práticas sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet

“

Matricule-se agora e aumente sua visibilidade gerando conteúdo valioso graças à TECH”

“

Se você deseja aumentar sua reputação digital, este curso é perfeito para você”

O corpo docente deste programa inclui profissionais da área que transferem a experiência do seu trabalho para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de sociedades científicas de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Analise estudos de caso úteis que lhe ajudarão a desenvolver as mais inovadoras estratégias de marca pessoal.

Transforme seus pontos fracos em pontos fortes no mundo digital com esta oportunidade acadêmica.



02

Objetivos

Essa capacitação inovadora permite que os alunos desenvolvam uma identidade de marca pessoal autêntica e coerente para seus projetos de comunicação. O curso leva em conta seus pontos fortes e habilidades, estabelecendo relacionamentos significativos com outros profissionais do setor, o que pode aumentar suas oportunidades de negócios e empreendedorismo, além de construir uma sólida reputação em sua área de trabalho. Tudo isso se baseia nos últimos avanços nesse campo, que a TECH incluiu no conteúdo.





“

*Alcance os objetivos da TECH e crie
uma marca pessoal forte e duradoura”*



Objetivos gerais

- ♦ Identificar e definir os principais elementos para desenvolver e gerenciar uma marca pessoal de forma eficaz
- ♦ Descobrir os elementos que lhe ajudarão a trabalhar na identidade de sua marca pessoal e a obter coerência
- ♦ Trabalhar minuciosamente nos elementos estratégicos que formarão a base das mensagens e do relato pessoal
- ♦ Desenvolver a mensagem em suas diferentes formas, racional e emocional
- ♦ Conceitualizar uma estratégia de conteúdo alinhada com a marca pessoal
- ♦ Examinar as possibilidades oferecidas pelas principais plataformas sociais para a criação de estratégias eficazes de marca pessoal
- ♦ Identificar as etapas para o desenvolvimento de um plano estratégico de marca pessoal nas redes sociais, estabelecendo objetivos e KPIs para medir os resultados
- ♦ Analisar e definir os principais elementos que compõem um perfil otimizado no LinkedIn, compilando estratégias eficazes para fortalecer a presença digital nessa plataforma
- ♦ Determinar como abordar e aprimorar o processo de criação de conteúdo
- ♦ Estudar casos de sucesso de marcas pessoais em diferentes setores





Objetivos específicos

Módulo 1. Autodiagnóstico para construção de marca pessoal Reputação no mercado, SWOT, auditoria e Benchmarking

- ♦ Identificar, a partir da perspectiva do autoconhecimento, os valores que formam a espinha dorsal da marca pessoal
- ♦ Avaliar o ponto de partida e usar ferramentas de autoconsciência de última geração
- ♦ Aprimorar os pontos fortes e as diferenças para trabalhar no posicionamento de uma marca pessoal
- ♦ Extrair informações relevantes sobre ferramentas de autoconhecimento, como o Ikigai
- ♦ Analisar o impacto real da autoconsciência sobre a marca pessoal por meio de estudos de caso
- ♦ Examinar agentes e marcas pessoais em um setor relevante para inspirar você
- ♦ Explorar a primeira avenida de monetização para a marca pessoal
- ♦ Completar o *Personal Branding Model Canvas* como um guia no processo de gestão da marca pessoal

Módulo 2. Planejamento de marca pessoal. Análise dos fatores diferenciais. Pilares do posicionamento: Brand Core e Brand Positioning

- ♦ Transformar pontos fracos em pontos fortes, e ameaças e pontos fortes em oportunidades para uma marca pessoal bem-sucedida
- ♦ Descobrir, no brand core (núcleo de marca) como identificar o propósito, a visão e os valores e ver sua utilidade prática
- ♦ Trabalhar o brand positioning, identificando o público, o mercado e os alvos e estudar a proposta de valor como o núcleo de nosso modelo de negócios pessoal

Módulo 3. Estratégia de marca pessoal. Brand persona. Elementos de identidade verbal e visual. Elevator pitch, oratória e storytelling pessoal

- ♦ Considerar os elementos de personalidade como úteis no desenvolvimento de um nome de marca e tagline que nos defina
- ♦ Construir arquétipos de marcas pessoais com diferentes metodologias
- ♦ Fundamentar formas de projetar nossa identidade verbal e não verbal para reforçar a credibilidade de nossa mensagem
- ♦ Analisar os diferentes recursos das narrativas pessoais
- ♦ Receber inspiração através de histórias pessoais de sucesso

Módulo 4. Desenvolvimento de marca pessoal. Seleção estratégica de plataformas, estratégia de comunicação e plano de conteúdo Técnicas de copywriting

- ♦ Desenvolver conteúdo de valor e de alto impacto para a audiência
- ♦ Discernir entre os canais e as técnicas mais adequadas para a disseminação e a viralidade de nossas mensagens
- ♦ Criar e selecionar conteúdo para conceituar um plano anual de energização com base em nossas melhores competências
- ♦ Estabelecer táticas úteis de inteligência artificial para criar conteúdo
- ♦ Analisar as diferentes maneiras de monetizar a marca pessoal
- ♦ Ser capaz de evitar uma crise de reputação e como gerenciá-la caso aconteça

03

Direção do curso

O grupo de profissionais encarregados de ministrar este Programa Avançado é formado por especialistas altamente experientes na gestão de marca pessoal no campo da Comunicação. Além disso, esses profissionais são atuantes, o que lhes permite manter-se atualizados com as últimas tendências e ferramentas da área. Dessa forma, os alunos do programa desenvolverão uma visão prática e realista valiosa da reputação digital na esfera dos meios de comunicação e do marketing.



“

Você precisará de apenas 600 horas para obter sucesso com sua marca pessoal, graças aos valiosos conselhos da equipe de professores”

Direção



Sra. Laura María Vázquez Viaño

- ♦ Diretora de Marketing e Estratégia Digital da Torres y Carrera
- ♦ Diretora de Serviços ao Cliente e Chief Marketing Officer no Roi Scroll
- ♦ Head of Social Media e RP Digital na Havas
- ♦ Consultora sênior de comunicações e mídia social da Best Relations
- ♦ Account Executive Junior Publicidad e RP- Noa Nogueira
- ♦ Professora da Universidade Europeia Miguel de Cervantes
- ♦ Professora da Escola Internacional de Marketing
- ♦ Professora da Escola Superior de Relações Públicas de Barcelona
- ♦ Professora do IEBS
- ♦ Formada de Publicidade e Relações Públicas. Duplo Prêmio Extraordinário de Conclusão de Curso da Xunta de Galicia e da Universidade de Vigo
- ♦ Pós-graduação em Search e Social Media Marketing pela Universitat de Barcelona



Professores

Dra. Mariam García Veiga

- ♦ CEO RockNRebel
- ♦ Membro da equipe de professores pesquisadores da Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Formada em Ciências Políticas e da administração pública pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Doutorado em Processos Políticos Contemporâneos pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em Marketing e Comunicação Política pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em Técnicas Estatísticas Avançadas pela Universidade de Santiago de Compostela
- ♦ Mestrado em International Business/Trade/Commerce pela Universidad Intercontinental de la Empresa
- ♦ Mestrado em Análítica Web pela Kschool

Sr. Guillem Recolons Argenter

- ♦ Brand Director em Omnia Marketing
- ♦ Consultor e sócio da Integra Personal Branding
- ♦ Diretor e sócio da Soymimarca
- ♦ Diretor e consultor de comunicação pessoal em *Lateral Consulting*
- ♦ Diretor Geral da Altraforma
- ♦ Vice-diretor e gerente de novos negócios da Saatchi & Saatchi Advertising
- ♦ Professor de *Personal Branding* Político na Univesritat Ramon Llul
- ♦ Professor de *Personal Branding* na Universitat Pompeu Fabra
- ♦ Mestrado em Marketing ESMA
- ♦ Publicitário pelo Colégio de Marketing e Comunicação da Catalunha.
- ♦ Formado em Humanidades UOC pela Universitat Oberta de Catalunya

04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos do Programa Avançado de Gestão Estratégica de Marca Pessoal oferece uma especialização completa em técnicas de Personal *Branding* para a criação de marcas pessoais em empresas e organizações relacionadas à comunicação. O programa de estudos tem diferentes módulos que abrangem desde aspectos estratégicos até a avaliação de desempenho e à avaliação de resultados e é oferecido em um formato 100% online, o que proporciona grande flexibilidade para o aluno.



“

Uma experiência acadêmica decisiva para melhorar todas as suas perspectivas profissionais como comunicador”

Módulo 1. Autodiagnóstico para a construção de marca pessoal Reputação de mercado, SWOT, auditoria e benchmarking

- 1.1. Autodiagnóstico para a construção de marca pessoal
 - 1.1.1. Autoavaliação e autoconhecimento para a construção de marca pessoal
 - 1.1.2. Autoconhecimento: o primeiro passo na gestão da marca pessoal
 - 1.1.3. Aspectos-chave durante o processo de personal branding
- 1.2. Reputação no mercado. Um olhar para o exterior
 - 1.2.1. Importância das percepções e da reputação de uma marca
 - 1.2.2. Conexão entre o que os outros percebem e os valores da marca pessoal
 - 1.2.3. Coleta dos dados que são percebidos no mercado como marca pessoal
- 1.3. SWOT Pessoal aplicado à Marca Pessoal
 - 1.3.1. SWOT aplicado à marca pessoal
 - 1.3.2. Estratégia de desenvolvimento do SWOT pessoal
 - 1.3.3. Como potencializar e rentabilizar as forças
- 1.4. Auditoria, boas práticas e benchmarking
 - 1.4.1. Identificação das marcas pessoais de referência no setor
 - 1.4.2. Identificação dos fatores que levam ao sucesso
 - 1.4.3. Objetivo de posicionamento a ser alcançado como marca pessoal
- 1.5. O Propósito: a estrela polar que guia a Marca Pessoal
 - 1.5.1. O propósito de vida
 - 1.5.2. Identificação do propósito: perguntas poderosas
 - 1.5.3. Ikigai e outras ferramentas esclarecedoras
 - 1.5.4. Coerência e identidade. Conexão entre marca pessoal e propósito de vida
- 1.6. Os Objetivos na marca pessoal
 - 1.6.1. Estratégia de identificação do objetivo número um para a marca pessoal
 - 1.6.2. Determinação de objetivos SMART
 - 1.6.3. Reflexão sobre visibilidade ou vendas
- 1.7. Reflexão sobre público-alvo e proposta de valor
 - 1.7.1. Público-alvo: identificação da empresa interessada em suas forças
 - 1.7.2. Determinação da proposta de valor
 - 1.7.3. Estratégia para desenvolver a proposta de valor



- 1.8. Impacto do autoconhecimento no desenvolvimento da marca pessoal
 - 1.8.1. Estudo de caso: processo de identificação dos valores de marca
 - 1.8.2. Estudo de caso: utilidade para influenciar na diferenciação como marca pessoal
 - 1.8.3. Estudo de caso: o impacto no público-alvo
- 1.9. Modelo de negócio
 - 1.9.1. Estudo da viabilidade de monetização de uma marca pessoal
 - 1.9.2. Identificação dos agentes principais e outros aspectos relevantes
 - 1.9.3. Lançamento de um negócio de marca pessoal
- 1.10. Personal Branding Model Canvas na prática
 - 1.10.1. Apresentação do *Personal Branding Model Canvas*
 - 1.10.2. Uso da ferramenta
 - 1.10.3. Exemplo prático

Módulo 2. Planejamento de marca pessoal. Análise dos fatores de diferenciação da marca pessoal. Pilares do posicionamento: Brand Core e Brand Positioning

- 2.1. Os três pilares do posicionamento de marca: conheça-se, desenvolva-se, mostre-se
 - 2.1.1. A metodologia do iceberg da marca pessoal
 - 2.1.2. A ordem: a ferramenta essencial para o sucesso
 - 2.1.3. Mudança e dinamismo. A necessidade de reavaliação
- 2.2. Como transformar a análise SWOT pessoal em um plano estratégico
 - 2.2.1. Como transformar fraquezas em forças
 - 2.2.2. Como transformar ameaças em oportunidades
 - 2.2.3. Como transformar forças em oportunidades
- 2.3. Brand Core I. Propósito: Identificação. Utilidade. Exemplos
 - 2.3.1. Se você tem um porquê, resolverá o como e o quê
 - 2.3.2. Metodologias para identificar o propósito
 - 2.3.3. Exemplos inspiradores de propósito
- 2.4. Brand Core II. Visão. Exemplos
 - 2.4.1. Visão a curto, médio e longo prazo. Definição de objetivos
 - 2.4.2. Por que vale a pena ser ambicioso na visão
 - 2.4.3. Exemplos inspiradores de visão e sua utilidade na marca pessoal

- 2.5. Brand Core III. Valores: Identificação, Gestão e Projeção. Exemplos
 - 2.5.1. Ferramentas para identificar valores
 - 2.5.2. Gestão de valores e projeção por meio de imagens ou depoimentos
 - 2.5.3. Exemplos de projeção e utilização de valores
 - 2.6. *Brand Positioning* I. Público-alvo, segmentos de clientes
 - 2.6.1. Perfis demográficos para identificar públicos-alvo
 - 2.6.2. Perfis psicológicos. Medos e ilusões
 - 2.6.3. Empatia: Compreensão das objeções das pessoas para trabalhar com você
 - 2.7. *Brand Positioning* II. Mercado
 - 2.7.1. Compreensão do contexto de mercado do público-alvo
 - 2.7.2. Pesquisa para medir o mercado potencial
 - 2.7.3. Desenvolvimento de mapas de posicionamento
 - 2.8. Brand Positioning III. Objetivos
 - 2.8.1. Objetivo por campo de referência
 - 2.8.2. Objetivo por especialidade
 - 2.8.3. Objetivo por área geográfica
 - 2.9. Brand Positioning IV. Proposta de valor. Relevância e Diferença. Exemplos
 - 2.9.1. Quadro de proposta de valor pessoal. O cliente
 - 2.9.2. Quadro de proposta de valor pessoal. A diferença relevante
 - 2.9.3. Exemplos inspiradores de propostas de valor pessoal
 - 2.10. *Brand Positioning* V. Business Model You, seu modelo de negócio
 - 2.10.1. O quadro do *Business Model You* de Osterwalder, Pigneur, Clark
 - 2.10.2. Elemento fundamental: Clientes, valor agregado, canais e funções
 - 2.10.3. Atividades, recursos, principais parceiros e modelo econômico
- Módulo 3.** Estratégia de marca pessoal. Brand persona. Elementos de identidade verbal e visual. Elevator pitch, oratória e storytelling pessoal
- 3.1. Brand Persona I. Arquétipos de marcas pessoais. Exemplos
 - 3.1.1. Os 12 arquétipos de Jung. Exemplos
 - 3.1.2. Os 16 arquétipos do teste 16 Personalities
 - 3.1.3. A mistura arquetípica. Impulso e medo na gestão de arquétipos
 - 3.2. Brand persona II. Personalidade
 - 3.2.1. *Brand Voice*. Descritores do tom de voz
 - 3.2.2. Projeção do tom de voz
 - 3.2.3. Exemplos de uso do tom de voz
 - 3.3. Brand persona III. *Naming & Tagline*
 - 3.3.1. Utilização de mapas mentais para chegar ao *tagline*
 - 3.3.2. Utilização do brainstorming para chegar ao *tagline*
 - 3.3.3. Os cinco formatos de um slogan memorável
 - 3.4. Identidade Verbal e Não Verbal
 - 3.4.1. Identidade verbal. Estilo escrito e estilo oral
 - 3.4.2. Identidade não verbal: O que define nossa "*uniqueness*"
 - 3.4.3. Exemplos inspiradores de identidade verbal e não verbal
 - 3.5. Identidade visual, imagem e coerência com a mensagem
 - 3.5.1. Identidade visual neutra: Passar despercebido com a "não imagem"
 - 3.5.2. Identidade visual marcada, prós e contras
 - 3.5.3. Exemplos de identidade visual
 - 3.6. *Elevator Pitch*. Exemplos
 - 3.6.1. O método Tony Reiss: Wow, How, Now
 - 3.6.2. Apresentação pessoal, pitch de venda, pitch de captação de investidores
 - 3.6.3. Adaptação à vida real. Exemplos
 - 3.7. Oratória, elementos de um discurso natural e inspirador
 - 3.7.1. O esqueleto do discurso e o solucionador
 - 3.7.2. O bom, o mau, a jornada, o desfecho
 - 3.7.3. O que os melhores contos têm em comum
 - 3.8. De dados a relatos: Os 5 tipos de *storytelling personal*
 - 3.8.1. Relato introdutório e relato introspectivo
 - 3.8.2. Relato de proposta de valor
 - 3.8.3. Relato de valores e relato para romper barreiras
 - 3.9. Aprendendo com os melhores: os melhores relatos pessoais
 - 3.9.1. Relato empresarial
 - 3.9.2. Relato político ou focado em uma eleição
 - 3.9.3. Relato adaptado a qualquer situação

- 3.10. *Personal Branding Canvas*
 - 3.10.1. Concorrentes: audiência, posicionamento, comunicação
 - 3.10.2. Setor: habilidades, profissão, motivos para acreditar, identidade
 - 3.10.3. Investimentos e resultados

Módulo 4. Desenvolvimento de marca pessoal. Seleção estratégica de plataformas, estratégia de comunicação e plano de conteúdo Técnicas de copywriting

- 4.1. Quadro de Comunicação Pessoal I. Público-alvo, mensagem e meio
 - 4.1.1. Público-alvo: Antecedentes, dados demográficos, obstáculos, objeções comuns
 - 4.1.2. Mensagem: Proposta de valor, Pitch, bio em redes sociais, sobre mim, LinkedIn, relato pessoal
 - 4.1.3. Meio: Massivos, redes profissionais, pessoais ou híbridas, redes verticais
- 4.2. Quadro de Comunicação II. Ingredientes e formatos para uma biografia digital
 - 4.2.1. Escolha do nome de marca pessoal com base em sua exclusividade e força
 - 4.2.2. Reformulação de uma proposta de valor em um título breve
 - 4.2.3. Definição da ocupação, experiência, competências técnicas e competências interpessoais
- 4.3. Quadro de Comunicação III. O plano de conteúdo: Criação
 - 4.3.1. Escolha de fontes, modelos de assinatura
 - 4.3.2. Estabelecimento de categorias e subcategorias
 - 4.3.3. 800 palavras inspiradas em experiências e competências
- 4.4. Quadro de Comunicação IV. O plano de conteúdo: Curadoria
 - 4.4.1. Formatos de curadoria e programação de conteúdos
 - 4.4.2. A hora da verdade: publicar, comentar, interagir, conectar
 - 4.4.3. Controlar, iterar, testar
- 4.5. Quadro de Comunicação V. Prescritores
 - 4.5.1. Clientes satisfeitos, o melhor prescritor
 - 4.5.2. Family & Friends: colegas de estudos, colegas de trabalho
 - 4.5.3. Líderes setoriais, associações profissionais
- 4.6. Quadro de Comunicação VI. Investimento em marketing pessoal, monetização
 - 4.6.1. Investimento: tempo, assinaturas, legal, *branding*, *paid media*, custos variáveis
 - 4.6.2. Monetização: venda de produto, tempo (consultoria, formação, mentoria)
 - 4.6.3. Monetização passiva: assinaturas, licenças, cursos online, ebooks, vendas por afiliação
- 4.7. Estratégias de copywriting: Do conceito ao texto
 - 4.7.1. Benefícios versus características
 - 4.7.2. Prova social e efeito Bandwagon
 - 4.7.3. Títulos, mensagens, metáforas, verbos e ritmo
- 4.8. Estratégias de inteligência artificial aplicadas a conteúdos, copywriting e imagem
 - 4.8.1. IA não substitui, complementa. Estratégia de uso da IA
 - 4.8.2. Prompts para expandir conteúdos
 - 4.8.3. *Prompts* para *copywriting* e uso de imagens
- 4.9. Ferramentas para prevenção e gestão de crises
 - 4.9.1. Monitoramento da presença online
 - 4.9.2. Criação de protocolos do plano de ação
 - 4.9.3. Abordagem da crise: rapidez, transpar
- 4.10. Reputação gerencial
 - 4.10.1. Integridade e ética: Valores pilares de Reputação, Sustentabilidade e RSC
 - 4.10.2. Comunicação eficaz: Assertividade, empatia, reconhecimento de erros, celebração de conquistas
 - 4.10.3. Diagnóstico e medição da reputação de gestão



Acesse com seu PC ou Tablet um programa de estudos completo com o qual você aprenderá as ferramentas para elaborar protocolos de planos de ação altamente eficazes"

05

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.



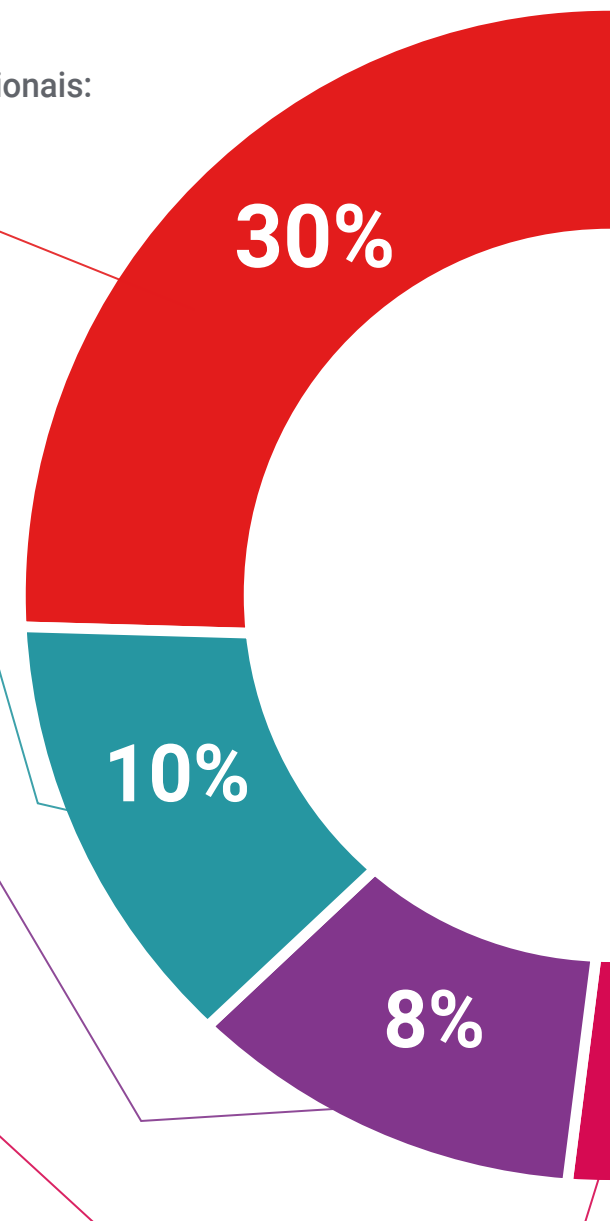
Práticas de habilidades e competências

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.



06

Certificado

O Programa Avançado de Gestão Estratégica de Marca Pessoal 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 Gestão Estratégica de Marca Pessoal** 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 exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Gestão Estratégica de Marca Pessoal**

N.º de Horas Oficiais: **600h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

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

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado
Gestão Estratégica
de Marca Pessoal

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

Programa Avançado

Gestão Estratégica de Marca Pessoal

