

Programa Avançado

Marketing



tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Marketing

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

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

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 20

05

Certificado

pág. 28

01

Apresentação

A velocidade com que as mudanças no mercado afetam empresas, profissionais e clientes torna-se necessário uma capacitação em marketing estratégico e vendas inteligentes, a fim de orientar a atividade em função das exigências reais do cliente, o verdadeiro protagonista deste século. Por isso, as companhias estão criando departamentos de marketing competitivos, capazes de atrair consumidores e atingir seus objetivos. Trata-se de um perfil profissional cada vez mais valorizado e que exige constante especializações para adaptar-se rapidamente às mudanças do ambiente, razão pela qual a TECH desenvolveu este abrangente programa acadêmico.





“

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

O Programa Avançado de Marketing é um plano de estudos de alto nível, que permitirá ao aluno dar um passo sólido e solvente nessa área, obtendo as habilidades profissionais necessárias para trabalhar como especialista no setor. Ao longo desses meses de estudo, o profissional de jornalismo e comunicação aprenderá a identificar métodos e técnicas de marketing específicos para a tomada de decisões na área de publicidade e relações públicas: posicionamento, segmentação, procedimentos de análise e medição da eficácia, entre outras questões de maior relevância que o aluno abordará durante esse programa. Além disso, serão analisados tópicos fundamentais para a empresa, como o marketing estratégico, as diferentes ferramentas de marketing operacional e o manual de vendas, além da internet, das novas tecnologias e da auditoria de marketing.

Por outro lado, o aluno será orientado na análise da realidade econômica de forma racional, possibilitando a identificação das variáveis de um problema relevante, identificando as diferentes alternativas de ação e selecionando a mais adequada de acordo com os objetivos estabelecidos. Também abordaremos o funcionamento e as consequências dos sistemas econômicos, as diferentes alternativas para alocação de recursos, o acúmulo de riqueza e a distribuição de renda, como também analisaremos e desenvolveremos habilidades que permitirão utilizar o marketing de forma estratégica. Portanto, o aluno poderá analisar sua posição relativa em um mercado, compreendendo as relações entre os diferentes protagonistas, estabelecendo as diretrizes que irão ajudá-lo a alcançar seus objetivos.

Para isso, combinaremos o estudo teórico com a análise de casos reais a fim de aprendermos com as experiências reais dos mercados atuais. Ao final deste programa, o aluno terá adquirido as competências específicas para trabalhar, tanto em âmbito técnico como gerencial, nos departamentos de marketing de companhias de diferentes setores, obtendo o impulso necessário para aumentar suas vendas e, conseqüentemente, os benefícios econômicos.

Este **Programa Avançado de Marketing** 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



Um programa avançado que irá capacitá-lo utilizando os mais recentes conceitos e estratégias de marketing”

“

Ao cursar este programa da TECH, você abrirá novos caminhos em sua trajetória profissional, garantindo sua integração em equipes renomadas"

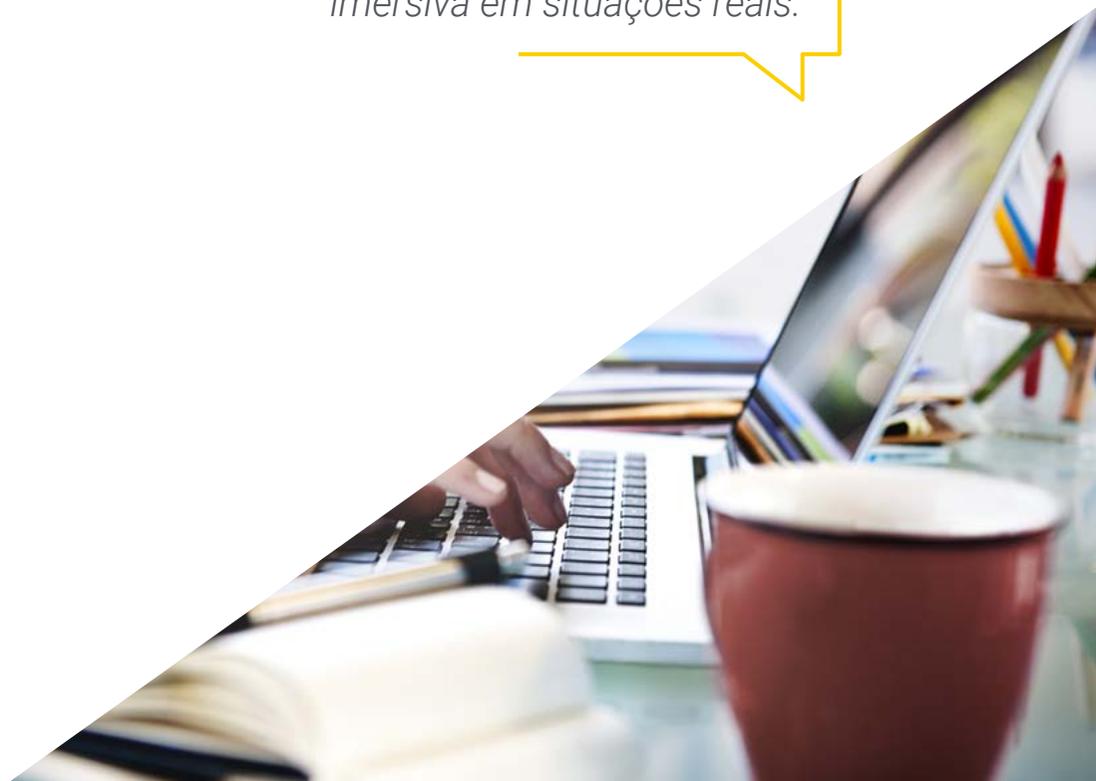
O corpo docente deste programa é composto por profissionais de diferentes áreas relacionadas a esta especialidade. Dessa forma, a TECH pode oferecer o objetivo de atualização acadêmica a que se propôs. Uma equipe multidisciplinar de profissionais experientes em diferentes ambientes, que desenvolverão 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.

Faça este Programa Avançado e torne-se um dos profissionais mais requisitados do momento.

Graças à metodologia de ensino inovadora deste programa, o aluno poderá aprender de forma imersiva em situações reais.



02 Objetivos

O principal objetivo deste programa da TECH é oferecer ao profissional de jornalismo e comunicação a capacitação necessária para atuar com sucesso nos departamentos de marketing das empresas, podendo aplicar as principais ferramentas disponíveis nessa área com facilidade e atendendo às necessidades da companhia. Uma capacitação que reúne as informações mais relevantes nesse campo, tornando-se uma guia de trabalho extremamente útil.



“

Se você pretende tornar-se um especialista em Marketing, neste Programa Avançado você encontrará as ferramentas necessárias para se desenvolver com sucesso”



Objetivos Gerais

- ♦ Adquirir os conhecimentos necessários para realizar a comunicação publicitária adequada utilizando as ferramentas digitais mais avançadas
- ♦ Saiba como gerenciar a comunicação em organizações e empresas em tempos de crise

“

Um caminho para o crescimento profissional que impulsionará você para uma maior competitividade no mercado de trabalho”





Objetivos Específicos

Módulo 1. Introdução à economia

- ♦ Relacionar os conceitos básicos da teoria econômica geral e da teoria do consumidor à publicidade e seus efeitos na sociedade de mercado
- ♦ Reconhecer e dominar os principais conceitos, teorias e metodologias da sociologia para a análise crítica da realidade social dos processos de comunicação persuasiva
- ♦ Ser capaz de identificar os fundamentos teóricos e práticos da pesquisa estatística e sua aplicação na pesquisa e no planejamento de mídias e suportes

Módulo 2. Fundamentos do Marketing

- ♦ Possuir habilidades de busca de informações e de pesquisa de mercados, bem como a capacidade de compreender o ambiente econômico ao redor
- ♦ Identificar métodos e técnicas específicas de marketing para a tomada de decisões na área de publicidade e relações públicas: posicionamento, segmentação, procedimentos de análise e medição da eficácia, entre outros
- ♦ Reconhecer a estrutura e transformação da sociedade atual em relação aos elementos, formas e processos da comunicação publicitária e de relações públicas
- ♦ Compreender a estrutura da mídia e seus principais formatos, como expressões dos modos de vida e culturas das sociedades em que desempenham sua função pública
- ♦ Reconhecer os aspectos sociológicos, econômicos e jurídicos que influenciam a comunicação publicitária e o desenvolvimento das relações públicas
- ♦ Saber abordar o tratamento informativo dos avanços científicos de uma maneira compreensível e eficaz

Módulo 3. Marketing estratégico

- ♦ Ser capaz de lidar com o tratamento informativo dos avanços científicos de uma maneira compreensível e eficaz
- ♦ Ser capaz de relacionar a publicidade e as relações públicas de forma coerente com outras ciências sociais e humanas
- ♦ Analisar as principais características e processos da comunicação política estratégica e aplicada
- ♦ Manejar as ferramentas existentes para contribuir para o posicionamento de sucesso da empresa no ambiente online e offline

04

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Programa Avançado de Marketing da TECH foi desenvolvido por uma equipe de professores de alto nível, garantindo ao aluno a aquisição das habilidades necessárias para tornar-se um autêntico especialista em marketing. Um programa completíssimo e bem estruturado que auxiliará o profissional de jornalismo e comunicação a aprimorar seus conhecimentos em uma área cada vez mais requisitada e necessária em todas as companhias.

The background features a light blue and white diagonal design. On the right side, the words "MARKETING STRATEG" are printed in a large, bold, grey sans-serif font, with "MARKETING" on the top line and "STRATEG" on the bottom line. Below the text, a hand is shown resting on a white notebook. In the bottom left corner, there is a dark red and orange geometric shape. A grey circular graphic with white arrows is partially visible in the lower center.

MARKETING
STRATEG

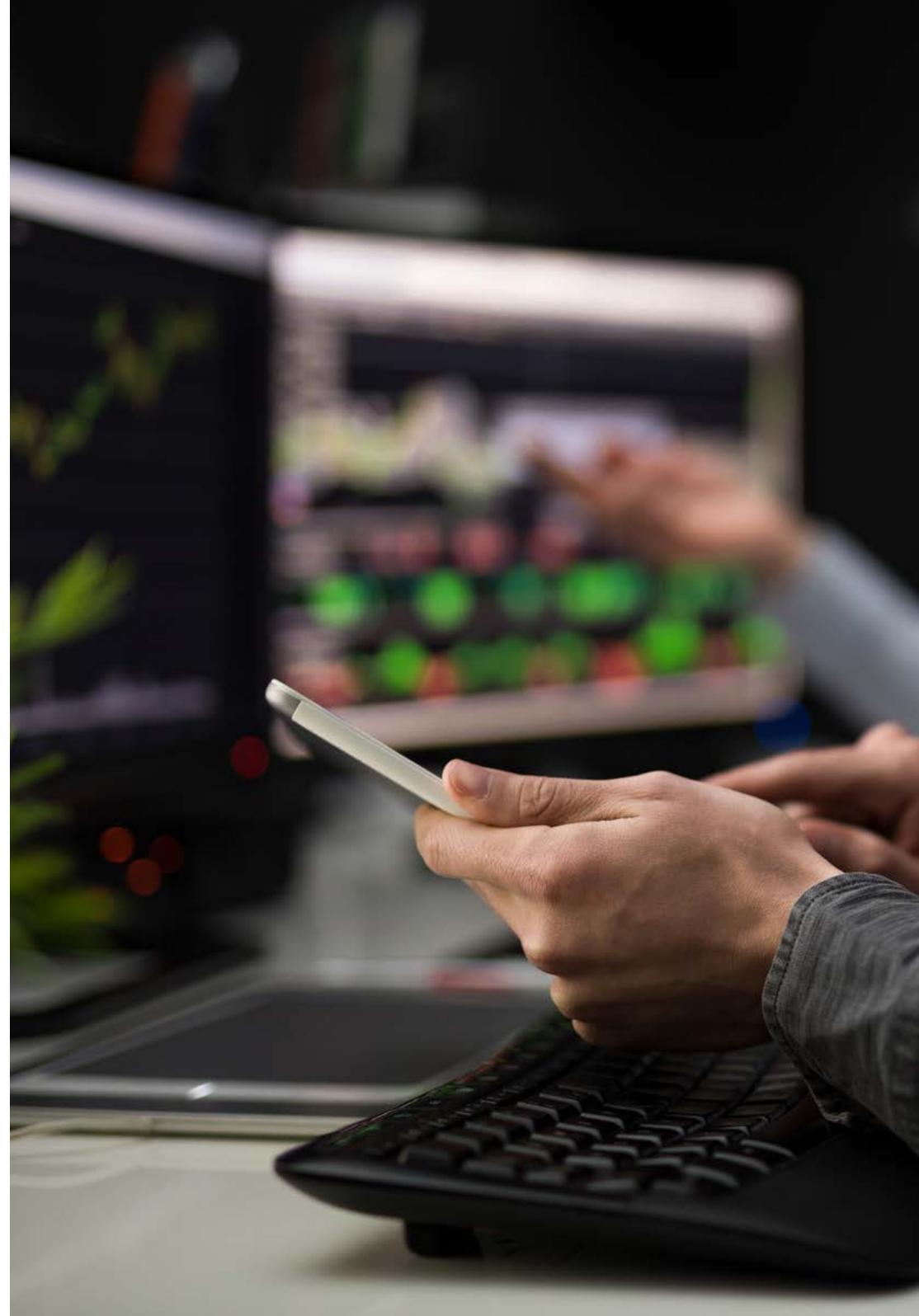


“

Este plano de estudos visa aprimorar a qualificação do aluno que deseja se desenvolver no setor de marketing”

Módulo 1. Introdução à economia

- 1.1. Introdução à oferta, demanda, equilíbrio e mudanças no mercado
 - 1.1.1. Economia: princípios e definições
 - 1.1.1.1. Princípios da economia e conceitos
 - 1.1.1.2. Micro e macroeconomia
 - 1.1.1.3. A escassez de recursos
 - 1.1.1.4. Modelos básicos da economia
 - 1.1.2. O custo da oportunidade
 - 1.1.2.1. Análise
 - 1.1.2.2. Valor líquido atual
 - 1.1.3. O ponto de equilíbrio
 - 1.1.3.1. Conceito
 - 1.1.3.2. Taxas de custo
 - 1.1.3.3. Cálculo e resultados
- 1.2. A demanda, a oferta e as preferências do mercado
 - 1.2.1. Mercados e tipos de mercados
 - 1.2.1.1. Conceito de mercado
 - 1.2.1.2. Tipos de mercado
 - 1.2.1.3. Natureza dos produtos
 - 1.2.2. Demanda de mercado
 - 1.2.2.1. Definição e conceitualização
 - 1.2.2.2. Determinantes da demanda
 - 1.2.3. Oferta de mercado
 - 1.2.3.1. Definição e conceitualização
 - 1.2.3.2. Determinação da oferta
 - 1.2.3.3. A influência da competência
 - 1.2.4. Equilíbrio e estatística
 - 1.2.4.1. Estática comparativa
 - 1.2.4.2. Funções da estática comparativa
 - 1.2.4.3. O equilíbrio econômico
 - 1.2.4.4. O equilíbrio dinâmico



- 
- 1.3. A restrição orçamentaria e o equilíbrio do consumidor
 - 1.3.1. Restrições orçamentárias e deslocamentos
 - 1.3.1.1. Conceito
 - 1.3.1.2. Inclinação da linha de equilíbrio
 - 1.3.1.3. Movimentos na linha de balanço
 - 1.3.2. Escolha ótima
 - 1.3.2.1. Conceito
 - 1.3.2.2. Curva de indiferença
 - 1.3.2.3. Função de utilidade
 - 1.4. Excedente do consumidor e do produtor. A eficiência do equilíbrio competitivo
 - 1.4.1. Excedente do consumidor e produtor
 - 1.4.1.1. Lei de rendimentos decrescentes
 - 1.4.1.2. Curva da oferta e da demanda
 - 1.4.1.3. Utilidade marginal crescente e decrescente
 - 1.4.2. A eficiência do equilíbrio competitivo
 - 1.4.2.1. Conceito
 - 1.4.2.2. As condições matemáticas de equilíbrio à curto prazo
 - 1.4.2.3. As condições matemáticas de equilíbrio competitivo à curto prazo
 - 1.5. Preços máximos e mínimos, o efeito de um imposto indireto
 - 1.5.1. Preços máximos e mínimos
 - 1.5.1.1. Conceitualização
 - 1.5.1.2. Preço máximo
 - 1.5.1.3. Preço mínimo
 - 1.5.2. Efeito de um imposto indireto
 - 1.5.2.1. Definição e conceitos mais importantes
 - 1.5.2.2. Impacto jurídico e econômico
 - 1.5.2.3. Análise da Incidência econômica
 - 1.6. Elasticidade de preços da demanda e fatores determinantes da elasticidade
 - 1.6.1. Elasticidade no preço da demanda
 - 1.6.1.1. Conceitos
 - 1.6.1.2. Fatores que determinam a elasticidade do preço da demanda
 - 1.6.1.3. Rendimento total e elasticidade

- 1.6.2. Resumo dos tipos de elasticidade
 - 1.6.2.1. Perfeita ou infinitamente elástica
 - 1.6.2.2. Perfeita ou infinitamente inelástica
 - 1.6.2.3. Maior e menor que 1
 - 1.6.2.4. Igual a 0
- 1.7. Elasticidade da demanda cruzada e seu cálculo analítico
 - 1.7.1. Elasticidade cruzada
 - 1.7.1.1. Contexto
 - 1.7.1.2. Conceitos e definições
 - 1.7.1.3. Bens substitutos e independentes
 - 1.7.2. Cálculo analítico
 - 1.7.2.1. Fórmula
 - 1.7.2.2. Cálculo e exemplos
- 1.8. A função da produção e rendimentos
 - 1.8.1. A função da produção
 - 1.8.1.1. Supostos básicos
 - 1.8.1.2. Produção total
 - 1.8.1.3. Produção média
 - 1.8.1.4. Produção marginal
 - 1.8.2. Lei de rendimentos decrescentes
 - 1.8.2.1. Conceito
 - 1.8.2.2. Gráfico e interpretações
 - 1.8.2.3. Rendimentos de escala
- 1.9. Os custos a curto e longo prazo
 - 1.9.1. Funções de custos
 - 1.9.1.1. Definição e conceitos
 - 1.9.1.2. Os custos da empresa
 - 1.9.1.3. Formulação e representações
 - 1.9.2. Custos a curto prazo
 - 1.9.2.1. Conceito e definições
 - 1.9.2.2. Tipos de custo a curto prazo
 - 1.9.2.3. Formulação
 - 1.9.3. Custos a longo prazo
 - 1.9.3.1. Conceito e definições
 - 1.9.3.2. Tipos de custos a longo prazo
 - 1.9.3.3. Formulação
- 1.10. Magnitudes básicas da economia
 - 1.10.1. A atividade econômica
 - 1.10.1.1. Conceitualização
 - 1.10.1.2. O crescimento econômico
 - 1.10.1.3. Setor público
 - 1.10.1.4. Objetivos gerais
 - 1.10.2. Índices de preços e indicadores de mercados
 - 1.10.2.1. Conceitualização
 - 1.10.2.2. Índices simples e complexos
 - 1.10.2.3. PIB nominal
 - 1.10.2.4. PIB real
 - 1.10.3. Fluxo circular de renda
 - 1.10.3.1. Conceitualização
 - 1.10.3.2. Tipos de fluxo: real e monetário
 - 1.10.3.3. Intervenção do setor público
- 1.11. Políticas monetárias
 - 1.11.1. O dinheiro e sua circulação
 - 1.11.1.1. Conceitualização e objetivos
 - 1.11.1.2. A demanda por dinheiro
 - 1.11.1.3. Circulação do dinheiro
 - 1.11.2. Equilíbrio no mercado de dinheiro e políticas monetárias
 - 1.11.2.1. Equilíbrios no mercado
 - 1.11.2.2. Operações no mercado aberto
 - 1.11.2.3. Política monetária convencional e não convencional
- 1.12. Estruturas e tipos de mercados
 - 1.12.1. Estruturas de mercado
 - 1.12.1.1. Conceito de mercado
 - 1.12.1.2. Concorrência perfeita e imperfeita
 - 1.12.1.3. Monopólio

- 1.12.1.4. Oligopólio e duopólio
- 1.12.1.5. Monopsônio
- 1.12.1.6. Oligopsônio
- 1.13. Mercados não competitivos
 - 1.13.1. Concorrência monopolística no mercado
 - 1.13.1.1. Conceito de monopólio
 - 1.13.1.2. Custo social do monopólio
 - 1.13.1.3. Discriminação de preços
 - 1.13.2. Concorrência no mercado de oligopólio
 - 1.13.2.1. Conceito de oligopólio
 - 1.13.2.2. Diferentes tipos de oligopólios
- 1.14. Modelo da oferta e demanda agregada
 - 1.14.1. A demanda agregada
 - 1.14.1.1. Conceito
 - 1.14.1.2. Bases de cálculo
 - 1.14.1.3. Curva da demanda agregada
 - 1.14.2. O multiplicador keynesiano
 - 1.14.2.1. Conceito
 - 1.14.2.2. Efeitos provocados pelo multiplicador
 - 1.14.2.3. Bases de cálculo
 - 1.14.3. A oferta agregada
 - 1.14.3.1. Conceito
 - 1.14.3.2. Fatores
 - 1.14.3.3. Variações
- 1.15. Relações econômicas internacionais
 - 1.15.1. Comércio internacional
 - 1.15.1.1. Conceitos básicos
 - 1.15.1.2. Tipo de câmbio e relação real de intercâmbio
 - 1.15.1.3. Instrumentos de política comercial
 - 1.15.2. Balança de pagamentos e teoria da taxa de câmbio
 - 1.15.2.1. O balanço de pagamentos
 - 1.15.2.2. Teorias do tipo de câmbio

Módulo 2. Fundamentos de Marketing

- 2.1. Introdução ao Marketing
 - 2.1.1. Conceito
 - 2.1.2. Variáveis básicas do marketing
 - 2.1.3. O marketing e a empresa
 - 2.1.4. Mix de marketing
 - 2.1.5. Futuro do Marketing
 - 2.1.6. Marketing estratégico
- 2.2. Pesquisa de mercado
 - 2.2.1. Conceito
 - 2.2.2. Sistemas de informação de marketing
 - 2.2.3. O processo da pesquisa de mercado
 - 2.2.4. Principais técnicas de coleta de informação
- 2.3. Produto e preço
 - 2.3.1. O produto
 - 2.3.2. O preço
- 2.4. A distribuição. Mercado e clientes
 - 2.4.1. O mercado
 - 2.4.2. O cliente
 - 2.4.3. Canais de distribuição
- 2.5. Comunicação integral
 - 2.5.1. Elementos da comunicação comercial
 - 2.5.2. Técnicas de venda
- 2.6. Departamento Comercial
 - 2.6.1. O manual do vendedor
 - 2.6.2. Organização do departamento comercial
- 2.7. A comunicação dentro do Marketing
 - 2.7.1. Publicidade
 - 2.7.2. Comunicações corporativa
 - 2.7.3. Promoção
 - 2.7.4. Merchandising e publicidade no ponto de venda

- 2.8. Marketing direto
 - 2.8.1. Conceito
 - 2.8.2. Objetivos
 - 2.8.3. Vendas e desvantagens
 - 2.8.4. Ferramentas do Marketing Direto
 - 2.8.5. Funções e meios do Marketing Direto
- 2.9. Plano de Marketing e Auditoria
 - 2.9.1. Plano de marketing
 - 2.9.2. Auditoria de Marketing
- 2.10. Marketing na Internet e novas tecnologias
 - 2.10.1. Internet
 - 2.10.2. Principais conceitos na Internet
 - 2.10.3. Marketing operacional na web
 - 2.10.4. Otimização de motores de busca
 - 2.10.5. Networking
 - 2.10.6. Redes sociais
 - 2.10.7. Comércio eletrônico

Módulo 3. Marketing estratégico

- 3.1. Marketing e Gestão Estratégica
 - 3.1.1. Marketing no contexto da gestão estratégica: orientação de mercado
 - 3.1.2. Marketing e gestão estratégica da empresa
 - 3.1.3. Sistemas de informação de marketing
- 3.2. Análise externa: mercados, concorrência e ambiente em geral
 - 3.2.1. Análise do mercado e os clientes
 - 3.2.2. Análise da concorrência
 - 3.2.3. Análise de outras variáveis do ambiente. Exigências sociais
 - 3.2.4. Incerteza estratégica
- 3.3. Análise interna
 - 3.3.1. Indicadores financeiros e de desempenho.
 - 3.3.2. Matrizes de negócios e sistemas de apoio à decisão
 - 3.3.3. Formulação de metas e objetivos





- 3.4. Estratégias de marketing (I): a empresa
 - 3.4.1. Gestão do ambiente e marketing de orientação social
 - 3.4.2. Estratégias de desinvestimento
 - 3.4.3. Estratégias de crescimento
- 3.5. Estratégias de marketing (II): o produto e mercado
 - 3.5.1. Estratégias de cobertura de mercado e determinação do público-alvo
 - 3.5.2. Estratégias competitivas
 - 3.5.3. Alianças estratégicas
- 3.6. Estratégias de marketing (III): o produto
 - 3.6.1. A nova estratégia de produto: processo de difusão e adoção
 - 3.6.2. Estratégia de diferenciação e posicionamento
 - 3.6.3. Estratégias em função do ciclo de vida do produto
- 3.7. Estratégias de oferta
 - 3.7.1. Introdução
 - 3.7.2. Estratégias de marca
 - 3.7.3. Estratégias de produto
 - 3.7.4. Estratégias de preço
 - 3.7.5. Estratégias de serviços
- 3.8. Estratégias de saída ao mercado
 - 3.8.1. Estratégias de distribuição
 - 3.8.2. Estratégias de comunicação
 - 3.8.3. Estratégias de força de vendas, internet e marketing direto
- 3.9. Organização de atividades de marketing e Relacionamento
 - 3.9.1. Organização das atividades de marketing
 - 3.9.2. Conceito de marketing de relacionamento
 - 3.9.3. Conexões de marketing
- 3.10. Implementação e controle da estratégia de marketing
 - 3.10.1. Introdução
 - 3.10.2. Plano de marketing
 - 3.10.3. Execução do plano de marketing
 - 3.10.4. Marketing interno
 - 3.10.5. Avaliação e controle

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.



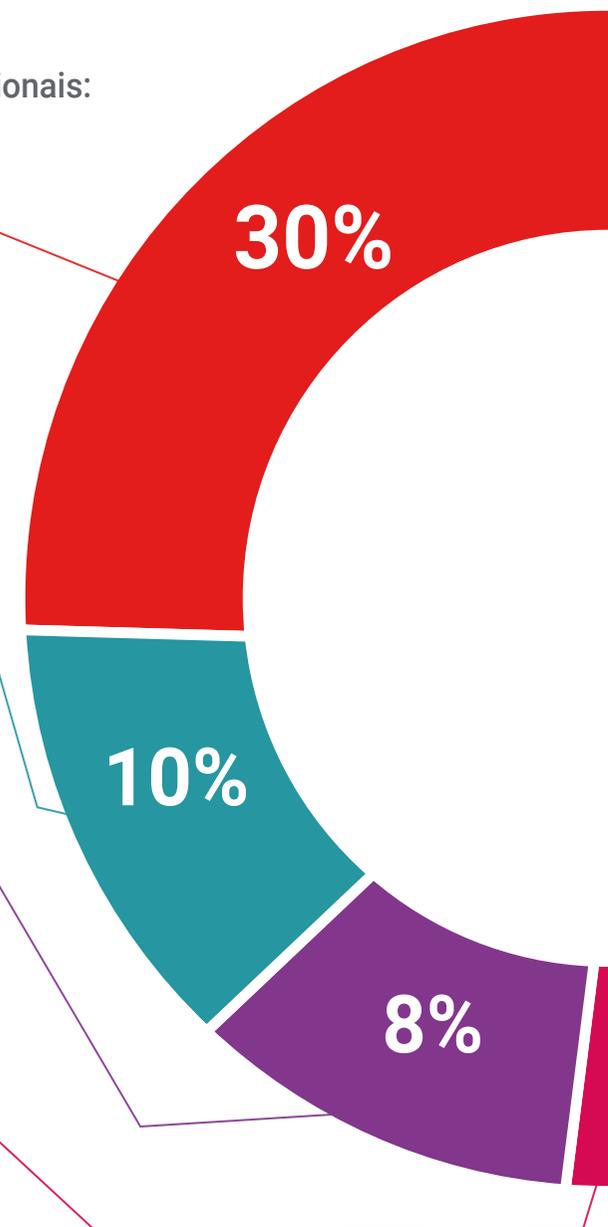
Práticas de habilidades e competências

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.



06

Certificado

O Programa Avançado de Marketing 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** 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 Marketing**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



*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 compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sustentável

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Marketing

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

Programa Avançado

Marketing

MON

TUE

WED

THU

FRI

SAT