

Programa Avançado

Publicidade Audiovisual





tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Publicidade Audiovisual

- » 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-publicidade-audiovisual

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificado

pág. 26

01

Apresentação

A publicidade é fundamental para todas as empresas e, embora possa ser veiculada em diferentes formatos, o audiovisual está entre os principais, pois a combinação perfeita da imagem e do som gerará um impacto maior no público. Esse programa destina-se ao profissional de jornalismo que pretenda aprimorar sua qualificação na área da publicidade audiovisual. Ao longo desses meses, o aluno aprenderá a analisar textos publicitários sob uma perspectiva crítica e a identificar os diferentes elementos das mensagens, além de produzir peças publicitárias em tempo hábil, de acordo com as especificações dos diferentes gêneros publicitários e de relações públicas.



“

Especialize-se em Publicidade Audiovisual e crie campanhas exclusivas que favoreçam o crescimento econômico das empresas”

Este **Programa Avançado de Publicidade Audiovisual** foi desenvolvido considerando as necessidades acadêmicas do profissional de jornalismo e comunicação. Dessa forma, seus objetivos se concentram em saber como aplicar a metodologia científica das teorias de comunicação e como analisar os processos psicológicos básicos de comunicação e o receptor da publicidade. Para isso, serão revisados os fundamentos do domínio dos elementos básicos da comunicação audiovisual. Além disso, o papel decisivo da imagem no século XXI torna necessária a análise da inter-relação entre os elementos verbais e icônicos na mensagem comunicativa.

Com este programa, o aluno adquirirá as habilidades necessárias para distinguir e apreciar os procedimentos utilizados na construção de materiais de cinema, televisão, vídeo e recursos multimídia.

Outro aspecto que também será abordado é a produção publicitária audiovisual e a análise dos quatro agentes diretamente envolvidos nas fases de contratação, execução e distribuição da obra: o anunciante, a agência, a produtora audiovisual e os meios de difusão e distribuição. A produtora audiovisual mantém uma relação direta com a agência (que será a contratada) e de forma indireta com o anunciante. O material produzido pela produtora deverá ser preparado e aprovado para ser corretamente distribuído pelos meios de difusão escolhidos (cinemas, televisão, internet, aplicativos, etc.). Por isso, este programa examinará os processos produtivos (pré-produção, produção e pós-produção) para a elaboração de peças publicitárias.

Sem dúvida, um completíssimo programa que marcará um antes e um depois na formação do jornalista, proporcionando-lhe o conhecimento necessário para atuar de maneira bem-sucedida no setor publicitário, especialmente em formatos audiovisuais.

Este **Programa Avançado de Publicidade Audiovisual** 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
- ♦ Sistema de ensino extremamente 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, seja fixo ou móvel, com conexão à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis



A TECH conta com a metodologia didática mais inovadora no cenário acadêmico atual”

“

A TECH coloca à sua disposição uma infinidade de recursos teóricos e práticos para que você conheça em detalhes a Publicidade Audiovisual”

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 qualificados e 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 de especialistas em *E-learning*, integrando os últimos avanços em 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 consegui-lo remotamente, utilizamos a prática online. Com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo e do *Learning From an Expert* o aluno poderá adquirir os conhecimentos como se estivesse diante de um caso real. Um conceito que lhe permitirá integrar e fixar o aprendizado de uma forma mais realista e permanente.

Um programa exclusivo que fará a diferença em sua qualificação no setor da publicidade audiovisual.

Matricule-se neste Programa Avançado e obtenha acesso ilimitado a excelentes conteúdos.



02

Objetivos

Esse programa foi desenvolvido por excelentes professores da TECH, com o principal objetivo de oferecer ao jornalista os conhecimentos mais avançados em Publicidade Audiovisual, adquirindo por meio de um estudo intensivo as habilidades necessárias para desenvolver-se com sucesso em um setor altamente competitivo. Trata-se de uma capacitação voltada especialmente para o profissional com experiência na área, que deseja aprimorar suas habilidades para destacar-se no mercado de trabalho.



“

Se o seu objetivo é reorientar seu futuro profissional para novos caminhos de sucesso, esse Programa Avançado é o ideal para você”



Objetivo geral

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

“

Desenvolva as habilidades necessárias para ser bem-sucedido nesta área”





Objetivos específicos

Módulo 1. Introdução à psicologia da comunicação

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

Módulo 2. Narrativa audiovisual

- ♦ Aplicar a metodologia científica especializada nas teorias da comunicação
- ♦ Analisar os processos psicológicos básicos da comunicação e do receptor da publicidade
- ♦ Dominar as diretrizes básicas que regem a comunicação audiovisual e que servem de fundamento para o exercício da publicidade e das relações públicas
- ♦ Descrever a evolução geral dos meios de comunicação através de seu desenvolvimento histórico

Módulo 3. Publicidade Audiovisual

- ♦ Compreender a natureza e o potencial comunicativo das imagens e do design gráfico
- ♦ Saber planificar de modo estratégico as campanhas de publicidade
- ♦ Conhecer o processo criativo publicitário
- ♦ Saber analisar textos publicitários através de uma perspectiva crítica e identificando os diferentes elementos das mensagens
- ♦ Produzir obras publicitárias em tempo oportuno, de acordo com as especificações dos diferentes gêneros de publicidade e relações públicas
- ♦ Desempenhar o papel profissional de editor dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Desempenhar o papel profissional de diretor de arte dentro de uma agência de publicidade ou de um departamento de publicidade de uma empresa ou instituição
- ♦ Participar da produção de publicidade audiovisual
- ♦ Capacidade para dominar as pautas básicas que regem a publicidade audiovisual para a elaboração de produtos publicitários audiovisuais
- ♦ Dominar as diretrizes básicas que regem a publicidade audiovisual para a elaboração de produtos publicitários audiovisuais

03

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Programa Avançado foi desenvolvido por diferentes especialistas com um objetivo claro: garantir que o aluno adquira todas as habilidades necessárias para tornar-se um autêntico especialista nesse setor. Trata-se de um programa que contempla os aspectos mais relevantes da Publicidade Audiovisual, convertendo-se em uma autêntica guia de trabalho para o profissional da área, uma vez que encontrará as informações mais relevantes e úteis para sua profissão.

PRODUCTION _____

DIRECTOR _____

“

Um programa completíssimo e bem estruturado, que facilitará sua aprendizagem e aprimorará suas habilidades nessa área”

Módulo 1. Introdução à psicologia da comunicação

- 1.1. História da Psicologia
 - 1.1.1. Introdução
 - 1.1.2. Começamos com o estudo da psicologia
 - 1.1.3. A ciência em evolução Mudanças históricas e de paradigma
 - 1.1.4. Paradigmas e estágios em psicologia
 - 1.1.5. Ciência cognitiva
- 1.2. Psicologia social
 - 1.2.1. Introdução
 - 1.2.2. Começando com o estudo da psicologia social: a influência
 - 1.2.3. Empatia, altruísmo e comportamento de ajuda
- 1.3. Cognição social
 - 1.3.1. Introdução
 - 1.3.2. Pensar e saber, necessidades vitais
 - 1.3.3. Cognição social
 - 1.3.4. Organizando informações
 - 1.3.5. Pensamento: prototípico ou categórico
 - 1.3.6. Os erros que cometemos ao pensarmos: os vieses inferenciais
 - 1.3.7. Processamento automático de informações
- 1.4. Psicologia da personalidade
 - 1.4.1. Introdução
 - 1.4.2. O que é o "eu"? Identidade e personalidade
 - 1.4.3. Autoconsciencialização
 - 1.4.4. A autoestima
 - 1.4.5. Autoconhecimento
 - 1.4.6. Variáveis interpessoais na configuração da personalidade
 - 1.4.7. Variáveis macro-sociais na formação da personalidade
 - 1.4.8. Uma nova perspectiva sobre o estudo da personalidade Personalidade narrativa



- 1.5. As emoções
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. Do que falamos quando ficamos emocionados?
 - 1.5.3. A Natureza das emoções
 - 1.5.4. Emoções e personalidade
 - 1.5.5. De outra perspectiva Emoções sociais
- 1.6. Psicologia da comunicação Persuasão e mudança de atitude
 - 1.6.1. Introdução
 - 1.6.2. Atitudes
 - 1.6.3. Modelos históricos no estudo da comunicação persuasiva
 - 1.6.4. O modelo de probabilidade de elaboração (ELM)
 - 1.6.5. Processos de comunicação através da mídia
- 1.7. O emissor
 - 1.7.1. Introdução
 - 1.7.2. A fonte da comunicação persuasiva
 - 1.7.3. Características da fonte Credibilidade
 - 1.7.4. Características da fonte A atratividade
 - 1.7.5. Características do transmissor O poder
 - 1.7.6. Processos em comunicação persuasiva Mecanismos baseados na cognição primária
 - 1.7.7. Novos processos na comunicação Mecanismos baseados na cognição secundária
- 1.8. A mensagem
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. Começamos olhando para a composição da mensagem
 - 1.8.3. Tipos de mensagens: mensagens racionais x emocionais
 - 1.8.4. Mensagens emocionais e comunicação: mensagens indutoras de medo
- 1.9. O destinatário
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. O papel do destinatário de acordo com o Modelo de Probabilidade de Elaboração
 - 1.9.3. Necessidades e motivos do destinatário: seu impacto na mudança de atitudes
 - 1.9.4. Necessidade de estima e comunicação

- 1.10. Novas abordagens para o estudo da comunicação
 - 1.10.1. Introdução
 - 1.10.2. Processamento não consciente de informações Processos automáticos
 - 1.10.3. Medição de processos automáticos na comunicação
 - 1.10.4. Primeiros passos em novos paradigmas
 - 1.10.5. Teorias de sistemas de duplo processamento

Módulo 2. Narrativa audiovisual

- 2.1. Narrativa audiovisual
 - 2.1.1. Introdução
 - 2.1.2. Conceitos fundamentais da narrativa audiovisual
 - 2.1.3. Uma abordagem metodológica
 - 2.1.4. Particularidades do discurso audiovisual
 - 2.1.5. Linguagem audiovisual
 - 2.1.6. A imagem
 - 2.1.7. O som
- 2.2. O discurso e os espaços de enunciação
 - 2.2.1. Introdução
 - 2.2.2. As funções do relato
 - 2.2.3. A construção do texto narrativo
 - 2.2.4. As instâncias de enunciação
 - 2.2.5. Tipologias de narradores
 - 2.2.6. A focalização
 - 2.2.7. A narrativa
- 2.3. A história e os eixos da narração
 - 2.3.1. Introdução
 - 2.3.2. A história
 - 2.3.3. Ação narrativa
 - 2.3.4. O tempo
 - 2.3.5. Espaço
 - 2.3.6. O som

- 2.4. A construção do discurso audiovisual: o roteiro
 - 2.4.1. Introdução
 - 2.4.2. O roteiro
 - 2.4.3. A ideia
 - 2.4.4. Os gêneros
 - 2.4.5. Personagens e diálogo
 - 2.4.6. O roteiro literário x O roteiro técnico
- 2.5. Teoria e análise da edição de filmes
 - 2.5.1. Introdução
 - 2.5.2. Definição da montagem
 - 2.5.3. As unidades básicas da narrativa de filmes
 - 2.5.4. Primeiras abordagens teóricas
 - 2.5.5. Tipos de montagem
 - 2.5.6. A montagem invisível: o raccord Glossário sobre montagem
- 2.6. Narração de histórias cinematográficas: das origens à pós-modernidade
 - 2.6.1. Introdução
 - 2.6.2. As origens do cinema
 - 2.6.3. O cinema das origens: articulação espaço-temporal
 - 2.6.4. A vanguarda e o cinema
 - 2.6.5. O cinema de Hollywood
 - 2.6.6. O cinema de arte e o ensaio
 - 2.6.7. Cinema contemporâneo
- 2.7. Cinema informático: do telejornal ao documentário
 - 2.7.1. Introdução
 - 2.7.2. Cinema informativo
 - 2.7.3. Noticiários cinematográficos
 - 2.7.4. O documentário
 - 2.7.5. Cinema informativo de ficção
 - 2.7.6. O valor dos informativos como fonte histórica
- 2.8. Discurso televisivo: informação e entretenimento
 - 2.8.1. Introdução
 - 2.8.2. Discurso televisivo
 - 2.8.3. Narratologia da informação audiovisual
 - 2.8.4. Os gêneros de informação audiovisual
 - 2.8.5. *O infotainment*
 - 2.8.6. Programas de entretenimento
 - 2.8.7. O relato televisivo de ficção
- 2.9. O discurso publicitário audiovisual: spot, trailer e videoclipe
 - 2.9.1. Introdução
 - 2.9.2. Narrativa publicitária nos meios audiovisuais
- 2.10. Novas mídias e estruturas narrativas na era digital
 - 2.10.1. Introdução
 - 2.10.2. O paradigma digital
 - 2.10.3. Os novos meios de comunicação do século XXI
 - 2.10.4. Novas práticas de mídia
 - 2.10.5. A condição pós-mídia

Módulo 3. Publicidade Audiovisual

- 3.1. Introdução à publicidade audiovisual
 - 3.1.1. O que é a publicidade audiovisual?
 - 3.1.2. Origem
 - 3.1.3. Meios de publicidade audiovisual
- 3.2. O spot publicitário
 - 3.2.1. O que é um spot?
 - 3.2.2. Estrutura narrativa de um spot publicitário
 - 3.2.3. História do spot publicitário
- 3.3. Equipe técnica de uma produção audiovisual I
 - 3.3.1. As equipes de produção e direção
 - 3.3.2. Funções das equipes de produção e direção
 - 3.3.3. Organograma



- 3.4. Equipe técnica de uma produção audiovisual II
 - 3.4.1. As equipes técnicas e artísticas
 - 3.4.2. Funções das equipes técnicas e artísticas
 - 3.4.3. Organograma
- 3.5. Pré-produção I: da ideia ao roteiro de filmagem
 - 3.5.1. Processo criativo com base no briefing
 - 3.5.2. Roteiro literário: exemplo
 - 3.5.3. Roteiro técnico: exemplo
- 3.6. Storyboard
 - 3.6.1. Storyboard interno
 - 3.6.2. Storyboard de apresentação
 - 3.6.3. Storyboard de filmagem
- 3.7. O roteiro técnico: os estilos da realização
 - 3.7.1. Linguagem cinematográfica
 - 3.7.2. Colocação em cena
 - 3.7.3. Planificação técnica
- 3.8. Pré-produção II: o plano de filmagem e o orçamento
 - 3.8.1. Design de Iluminação
 - 3.8.2. Design de som
 - 3.8.3. Protocolo de filmagem
 - 3.8.4. Orçamentos
- 3.9. A produção de um spot publicitário
 - 3.9.1. O que está envolvido na realização de um spot?
 - 3.9.2. Ordem de filmagem
 - 3.9.3. A filmagem
- 3.10. Pós-produção de um spot publicitário
 - 3.10.1. A montagem
 - 3.10.2. Tipos de montagem
 - 3.10.3. A pós-produção de imagem e som

04

Metodologia

Este programa 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.

Relearning Methodology

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% , 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 você aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

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



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concentrada. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com sucesso sem precedentes em campos tão diversos como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de alunos universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo seu 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 de estudos estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



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



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite 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 e oferecendo alta qualidade em todo o material que colocamos à disposição do aluno.



Masterclasses

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

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



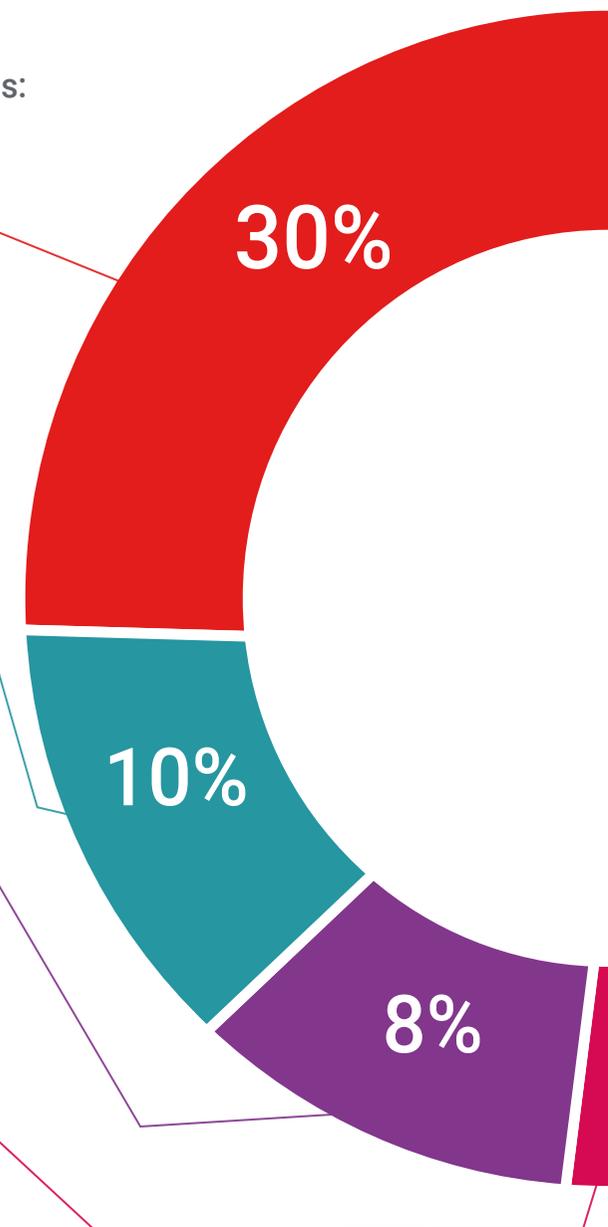
Práticas de aptidões e competências

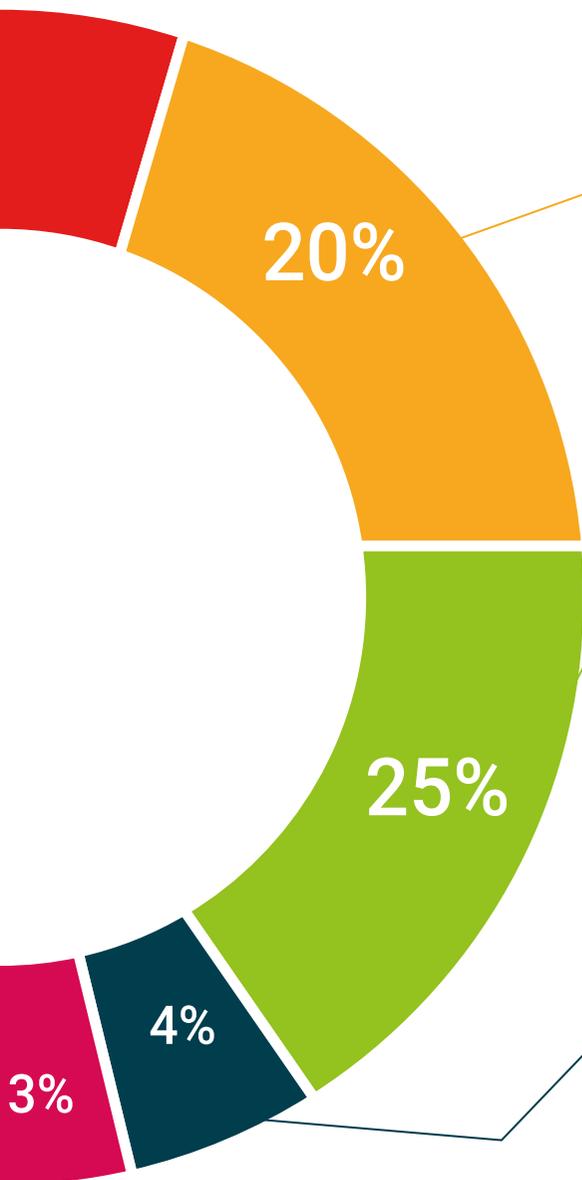
Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as destrezas e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 no 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 ele possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O Programa Avançado de Publicidade Audiovisual 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 Publicidade Audiovisual** conta com o conteúdo científico 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 Publicidade Audiovisual**

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 situação

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Publicidade Audiovisual

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

Programa Avançado

Publicidade Audiovisual

