

Programa Avançado

Storytelling para Publicidade



tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Storytelling para Publicidade

- » 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-storytelling-publicidade

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 conexão emocional com o público tornou-se crucial em um cenário de publicidade em que a concorrência pela atenção do público é acirrada. Como resultado, a capacidade de contar histórias persuasivas que se conectam emocionalmente com o público se tornou uma habilidade muito requisitada. Em resposta a essas necessidades, este programa acadêmico é apresentado, no qual técnicas avançadas de *Storytelling*, permitindo que os alunos criem campanhas memoráveis que tenham um impacto efetivo sobre o público-alvo. Além disso, sua metodologia 100% online, apoiada por uma ampla variedade de conteúdo multimídia e pelo inovador método *Relearning*, garante uma atualização flexível e eficaz para impulsionar o sucesso no mundo dinâmico da publicidade narrativa.





“

Você dominará o Storytelling para criar uma comunidade leal em torno de sua marca com uma metodologia 100% online”

No cenário publicitário atual, a necessidade de dominar a arte do *Storytelling* tornou-se imperativa para se conectar efetivamente com o público. A saturação de mensagens e a busca constante por conexões significativas elevaram a narrativa comercial a uma ferramenta essencial para os profissionais de criação. Por isso, é fundamental se aprofundar em suas particularidades e técnicas para ter sucesso em um ambiente em que a narrativa persuasiva não é apenas um ativo, mas um diferencial essencial na criação de conexões autênticas com os consumidores.

Para ampliar o conhecimento dos publicitários e comunicadores sobre todos esses aspectos, a TECH oferece este Programa Avançado. O programa aborda diretamente os desafios atuais desse setor e, ao mesmo tempo, oferece aos alunos os recursos narrativos mais atualizados. Ao mesmo tempo, para aumentar a criatividade e a originalidade dos alunos, o programa de estudos define vários softwares específicos criados para esse campo e suas aplicações.

Por outro lado, o programa avançado abrange as ferramentas necessárias para gerar experiências interativas e participativas mais eficientes em uma campanha publicitária que envolva e se conecte profundamente com o comprador. Além disso, o programa acadêmico aponta para as oportunidades criativas do Metaverso, abordando um terreno inovador em que as narrativas promocionais podem transcender os limites convencionais e envolver os consumidores em experiências imersivas.

Por outro lado, a metodologia do programa é adaptada à realidade digital atual, oferecendo uma experiência 100% online que permite que os profissionais acessem e ampliem seus conhecimentos sem restrições geográficas. Também destaca o uso do método *Relearning*, baseado na repetição de conceitos-chave para consolidar o conhecimento e facilitar um aprendizado mais eficaz e duradouro. Essa abordagem flexível e prática garante que os alunos não apenas absorvam as teorias, mas também internalizem as habilidades necessárias para se destacarem no empolgante mundo do *Storytelling*.

Este **Programa Avançado de Storytelling para Publicidade** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Storytelling para Publicidade
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente práticos fornece informação atualizada e prática sobre aquelas disciplinas essenciais 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



Você se destacará em um setor altamente competitivo graças ao conteúdo inovador que aprenderá na melhor universidade digital do mundo, de acordo com a Forbes"

“

Torne-se um pioneiro no uso do Metaverso e da IA para impulsionar suas campanhas publicitárias"

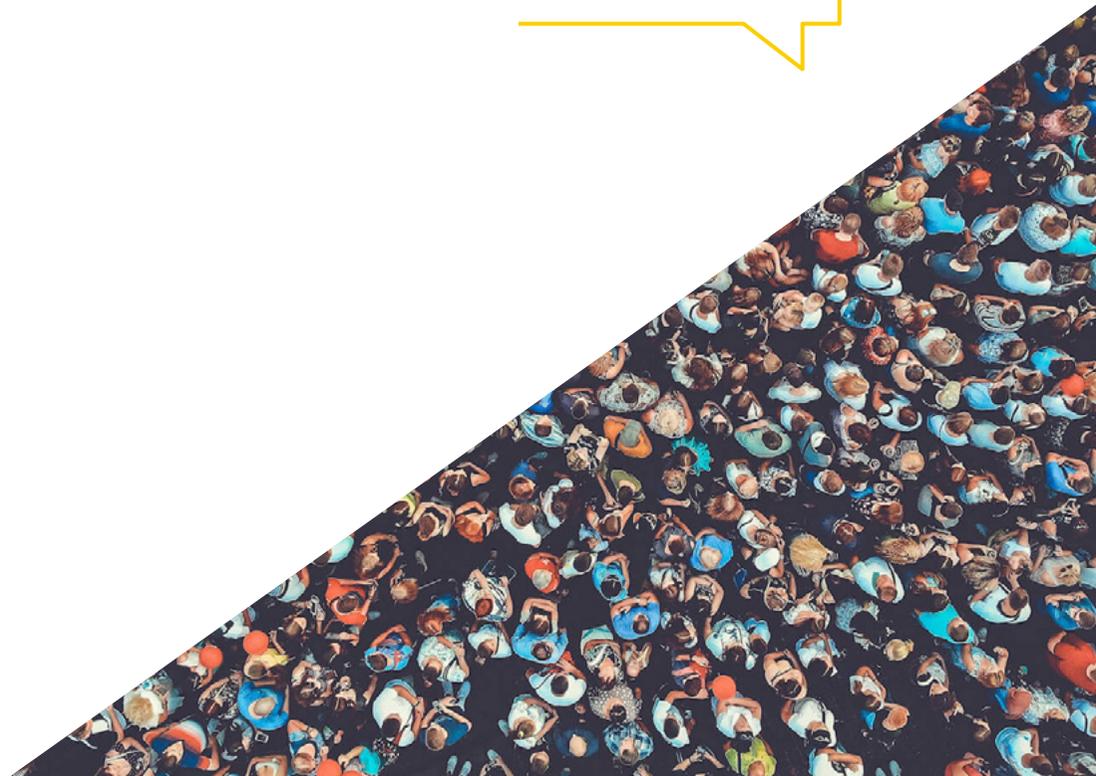
A equipe de professores deste programa inclui profissionais desta área, cuja experiência é somada a esta capacitação, além de reconhecidos especialistas de conceituadas sociedades científicas e universidades de prestígio.

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, através da qual o profissional deverá 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.

Impulsione sua carreira na universidade mais bem avaliada do mundo, de acordo com a plataforma Trustpilot.

Inscreva-se e você desenvolverá histórias cativantes e implementará campanhas publicitárias bem-sucedidas.



02

Objetivos

Este Programa Avançado tem como objetivo principal capacitar os alunos no domínio do *Storytelling* publicitário. Para isso, o programa de estudos inclui as habilidades necessárias para cativar a atenção do público de forma eficaz. Por meio de uma abordagem estratégica, os formandos adquirirão as habilidades essenciais para criar histórias poderosas e autênticas que repercutam nas emoções e motivações do público. Este programa busca não apenas aprimorar as habilidades de contar histórias, mas também melhorar a capacidade dos alunos de criar campanhas que não apenas informem, mas também inspirem e se conectem com o público de forma duradoura.





See what's next.

WATCH ANYWHERE. CANCEL ANYTIME.

JOIN FREE FOR A MONTH

“

Você cativará seu público com histórias memoráveis que aumentam o impacto de suas campanhas publicitárias. Alcance seus objetivos com a TECH!



Objetivos gerais

- ♦ Mostrar e avaliar as novas tendências que os profissionais desse setor encontrarão agora e no futuro
- ♦ Capacitar o profissional, por meio das habilidades necessárias, a aprimorar a solução de problemas e desenvolver as competências profissionais essenciais
- ♦ Conhecer profundamente os novos projetos de valor para a comunicação comercial
- ♦ Mostrar a visão da criatividade como um agente colaborativo no desenvolvimento da comunicação
- ♦ Obter um conhecimento profundo das ferramentas mais recentes para apoiar a criatividade
- ♦ Desenvolver ações e iniciativas para melhorar os resultados criativos, em colaboração com os outros agentes envolvidos em sua concepção
- ♦ Usar ferramentas para apoiar a criatividade



Você alcançará seus objetivos e dominará a psicologia do Storytelling para influenciar as percepções e decisões de seus consumidores"





Objetivos específicos

Módulo 1. A geração de ideias publicitárias

- ♦ Estimular a geração de ideias inovadoras
- ♦ Aprimorar o ambiente criativo
- ♦ Explicar a atividade do pensamento criativo
- ♦ Detalhar como funciona o software do pensamento criativo publicitário
- ♦ Aprimorar a criatividade nas equipes
- ♦ Aproveitar o legado criativo de outras pessoas
- ♦ Explorar a criatividade em diferentes campos

Módulo 2. O *branded content*

- ♦ Destacar a importância do *branded content* e sua relação com o marketing de conteúdo
- ♦ Explicar o que é *branded content* e suas semelhanças com a publicidade tradicional
- ♦ Detalhar os requisitos para a criação de *branded content*
- ♦ Abordar os tipos de *branded content* que podem ser bem-sucedidos
- ♦ Apontar as características dos vídeos virais e suas utilidades
- ♦ Apresentar o marketing de conteúdo como um componente essencial da nova comunicação
- ♦ Atribuir significado ao *storytelling* e sua distribuição em várias plataformas e redes sociais
- ♦ Estudar as características e diferenças dos eventos virtuais

Módulo 3. A criatividade publicitária aplicada

- ♦ Pesquisar as possibilidades do metaverso, da inteligência artificial (IA) e da neurociência
- ♦ Descobrir o que é o metaverso e como ele está afetando a criatividade
- ♦ Obter conhecimentos sobre o metaverso nos negócios
- ♦ Examinar como a IA está mudando a criação e o consumo de conteúdo e sua influência no ambiente de trabalho criativo
- ♦ Olhar para o futuro e explorar as oportunidades criativas desta nova era
- ♦ Analisar como as marcas podem se destacar no metaverso e como isso afeta a distribuição e o relacionamento com os consumidores
- ♦ Conhecer as habilidades e atitudes necessárias para prosperar neste ambiente em constante mudança
- ♦ Descobrir várias oportunidades criativas, como experiências imersivas, avatares de marca, eventos virtuais, etc.
- ♦ Estudar a relação entre neurociência e criatividade

03

Direção do curso

No que se refere ao corpo docente deste Programa Avançado, a TECH selecionou especialistas com um sólido histórico no setor de publicidade. Este corpo docente, composto por profissionais experientes, garante uma capacitação eficaz que está alinhada com as demandas atuais do setor. Sua extensa experiência não apenas enriquece a perspectiva teórica, mas também fornece uma visão inestimável sobre como aplicar as habilidades de *Storytelling* de forma impactante em campanhas publicitárias. Além disso, para reforçar esse conhecimento, é utilizado o método *Relearning* que proporciona uma experiência de aprendizado sólida e duradoura.





“

Torne-se um estrategista especialista em conteúdo narrativo com os melhores criativos de publicidade”

Direção



Sr. Fernando Labarta Vélez

- ♦ Diretor de criação da El Factor H
- ♦ Gestor de marketing da La Ibense
- ♦ Diretor de Criação de Eventos da Beon Worldwide
- ♦ Diretor de *Branded Content* na Atrium Digital e Mettre
- ♦ Diretor de criação do Southern Communication Group, BSB e FCA BMZ Cid
- ♦ Professor do Mestrado em Gestão de Comunicação Empresarial e Institucional da Universidade de Sevilha
- ♦ Coautor do livro: *Cómo crear una marca. Manual do usuário e de gestão*

NETFLIX



Netflix
NETFLIX, INC.
© 2015



04

Estrutura e conteúdo

Este programa oferece um plano de estudos no qual o aluno se aprofundará na arte de contar histórias que impactam o público de forma eficaz. Para isso, o programa aborda a importância das figuras de linguagem na comunicação empresarial. Além disso, a criatividade multimídia se destaca como um componente essencial, permitindo a integração de imagens, sons e outros elementos para enriquecer suas histórias. Por outro lado, este Programa Avançado define a relação entre *Storytelling* e Inteligência Artificial, bem como a geração de conteúdo para o Metaverso.



“

Um plano de estudos que lhe ajudará a dominar técnicas avançadas de narração de histórias que aumentarão a eficácia de suas campanhas”

Módulo 1. A geração de ideias publicitárias

- 1.1. O que é preciso para ter a ideia?
 - 1.1.1. Apresenta o problema
 - 1.1.2. Parar para pensar, o primeiro passo para se diferenciar
 - 1.1.3. Pense, reflita, pense novamente... E assim por vários dias
 - 1.1.4. Convencimento para alcançar
 - 1.1.5. Um ambiente criativo estimula a criatividade
 - 1.1.6. Como sua criatividade se propaga?
 - 1.1.7. Saia do escritório, viva, aproveite
 - 1.1.8. O briefing criativo
 - 1.1.9. Exigência criativa
 - 1.1.10. Quebrar com o estabelecido
 - 1.1.11. A palavra-chave: associação
- 1.2. O pensamento criativo
 - 1.2.1. Pessoas que teorizaram sobre o pensamento criativo
 - 1.2.2. Aspectos-chave para estimular o pensamento criativo, segundo de Bono
 - 1.2.3. Conclusões
- 1.3. O processo criativo
 - 1.3.1. O conceito criativo
 - 1.3.2. A estratégia criativa em função do ciclo de vida do produto
 - 1.3.3. Estratégias de lançamento
- 1.4. O software do criativo publicitário
 - 1.4.1. Ações do pensamento criativo publicitário
 - 1.4.2. Fases
 - 1.4.3. Possibilidades de uso
 - 1.4.4. Normas de segurança
 - 1.4.5. Processo de pensamento
- 1.5. A equipe criativa
 - 1.5.1. O redator publicitário
 - 1.5.2. O designer e o diretor de arte
 - 1.5.3. O diretor criativo
 - 1.5.4. O criativo
 - 1.5.6. Seis chapéus para pensar
- 1.6. O pensamento retórico
 - 1.6.1. Figuras retóricas mais utilizadas
 - 1.6.2. Importância das figuras retóricas na comunicação comercial
 - 1.6.3. Exemplos de anúncios retóricos
- 1.7. Projetar com criatividade
 - 1.7.1. Manipulação da imagem
 - 1.7.2. Produção
 - 1.7.3. Retórica visual
 - 1.7.4. A tipografia na publicidade
- 1.8. Recomendações para criar
 - 1.8.1. Copies significativos
 - 1.8.2. Frases dos grandes criativos publicitários
 - 1.8.3. Recomendações de designers célebres
- 1.9. Tipos de criatividade
 - 1.9.1. Artística
 - 1.9.2. Científica
 - 1.9.3. Tecnológico
 - 1.9.4. Empresarial
 - 1.9.6. Publicidade
 - 1.9.7. Designer
- 1.10. Perfis criativos
 - 1.10.1. Visionários
 - 1.10.2. Experimentadores
 - 1.10.3. Observadores
 - 1.10.4. Conectores
 - 1.10.5. Analíticos
 - 1.10.6. Colaboradores
 - 1.10.7. Narradores

Módulo 2. O *branded content*

- 2.1. O que é o *branded content*
 - 2.1.1. Qual é a semelhança entre a publicidade e o *branded content*
 - 2.1.2. O que é necessário para criá-lo?
 - 2.1.3. Tipologia
 - 2.1.4. Qual conteúdo será bem-sucedido?
 - 2.1.5. Características dos vídeos virais
 - 2.1.6. Utilidade
- 2.2. O que é o marketing de conteúdo
 - 2.2.1. Conteúdo relevante e útil
 - 2.2.2. Conteúdo interativo
 - 2.2.3. Storytelling
 - 2.2.4. Conteúdo multiplataforma, cross-media e transmídia
 - 2.2.5. O valor agregado
 - 2.2.6. Criatividade nas redes sociais
 - 2.2.7. Como ter sucesso nas mídias sociais?
 - 2.2.8. Como fazer com que nosso conteúdo alcance?
- 2.3. Criatividade multimídia
 - 2.3.1. Podcast
 - 2.3.2. Videocast
 - 2.3.3. Photosaring
 - 2.3.4. Plataforma de apresentação
 - 2.3.5. Vídeos
- 2.4. O que é um evento?
 - 2.4.1. O que é?
 - 2.4.2. Diferença entre a criatividade de um anúncio e a de um evento
 - 2.4.3. A interatividade de um anúncio e a interatividade de um evento
- 2.5. Por que um evento é realizado?
 - 2.5.1. Celebração e entretenimento
 - 2.5.2. Comercialização e promoção
 - 2.5.3. Educação e formação
 - 2.5.4. Redes e conexões
 - 2.5.5. Responsabilidade social e captação de recursos

- 2.6. Como é criada a ideia do evento?
 - 2.6.1. Como gerar ideias criativas?
 - 2.6.2. Como desenvolver uma proposta detalhada?
 - 2.6.3. Conclusões
- 2.7. Onde e como organizar um evento
 - 2.7.1. O evento certo no lugar certo
 - 2.7.2. O orçamento certo
 - 2.7.3. Não há espaço para improvisação
 - 2.7.4. A comida em seu ponto
 - 2.7.5. O que pode dar errado em um evento? Exemplos
 - 2.7.6. Um plano B
- 2.8. Como estimular a emoção em um evento?
 - 2.8.1. Surpresa nos eventos
 - 2.8.2. Empatia nos eventos
 - 2.8.3. Sentimentos
- 2.9. Criatividade em todo o processo organizacional
 - 2.9.1. Criatividade na geração de ideias
 - 2.9.2. Criatividade no design de experiência
 - 2.9.3. Criatividade em planejamento e logística
 - 2.9.4. Criatividade no design de materiais e promoção
 - 2.9.5. Criatividade na criação de experiências interativas e participativas
 - 2.9.6. Surpresas e elementos inesperados
 - 2.9.7. Criatividade em entretenimento e conteúdo
 - 2.9.8. Resolução criativa de problemas em tempo real
 - 2.9.9. Criatividade até na hora da coleta
 - 2.9.10. Criatividade no pré-evento e pós-evento
- 2.10. Eventos virtuais
 - 2.10.1. O que é um evento virtual?
 - 2.10.2. Diferenças entre um evento virtual e um presencial
 - 2.10.3. Criatividade em eventos virtuais

Módulo 3. A criatividade publicitária aplicada

- 3.1. O Metaverso
 - 3.1.1. O que é?
 - 3.1.2. Que oportunidades criativas oferece?
 - 3.1.3. Exemplos
- 3.2. Empresas do metaverso
 - 3.2.1. Clientes do metaverso
 - 3.2.2. NFTs
 - 3.2.3. Setores empresariais
 - 3.2.4. Trabalhar no metaverso
 - 3.2.5. Blockchain e metaverso
- 3.3. O salto para o metaverso
 - 3.3.1. Humanização digital
 - 3.3.2. Avatarização
 - 3.3.3. O futuro
- 3.4. Inteligência artificial e geração de conteúdo para o metaverso
 - 3.4.1. IA
 - 3.4.2. Os conteúdos
 - 3.4.3. Os textos
 - 3.4.4. Os áudios
 - 3.4.5. As imagens
 - 3.4.6. O mundo do trabalho
- 3.5. Imaginemos a era do metaverso e da inteligência artificial
 - 3.5.1. Que oportunidades criativas oferece?
 - 3.5.2. Exemplos
 - 3.5.3. Conclusões
- 3.6. O monopólio das marcas
 - 3.6.1. Um único metaverso
 - 3.6.2. As cadeias de distribuição das marcas
 - 3.6.3. O consumidor acionista



- 3.7. Como os criativos trabalharão nesta nova era?
 - 3.7.1. Aptidões
 - 3.7.2. Atitudes
 - 3.7.3. Conclusões
- 3.8. Oportunidades criativas no metaverso
 - 3.8.1. Experiências imersivas
 - 3.8.2. Avatares de marca
 - 3.8.3. Eventos virtuais
 - 3.8.4. Personalização
 - 3.8.5. Colaborações criativas
 - 3.8.6. Realidade aumentada
 - 3.8.7. Publicidade nativa
 - 3.8.8. Inovação constante
- 3.9. Oportunidades criativas na IA
 - 3.9.1. Geração de conteúdo personalizado
 - 3.9.2. Otimização de campanhas de marketing
 - 3.9.3. Design e criação de imagens e vídeos
 - 3.9.4. Realidade aumentada (RA) e realidade virtual (RV)
 - 3.9.5. Música e arte generativas
 - 3.9.6. Automação de processos criativos
 - 3.9.7. Links de valor
- 3.10. Neurociência
 - 3.10.1. Neurociência cognitiva
 - 3.10.2. Neuromarketing
 - 3.10.3. Neurociência emocional

“ *Um programa criado para desenvolver suas habilidades de contar histórias e se conectar emocionalmente com seu público*”

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.



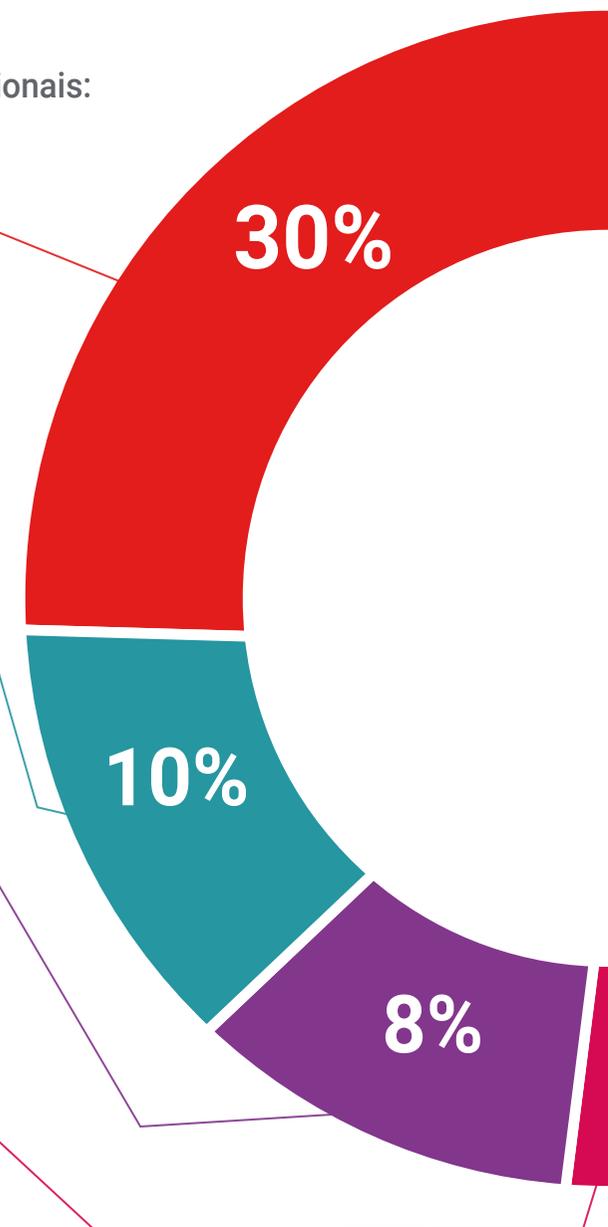
Práticas de habilidades e competências

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 Storytelling para Publicidade 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 Storytelling para Publicidade** 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 Storytelling para Publicidade**

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.



Programa Avançado Storytelling para Publicidade

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

Programa Avançado

Storytelling para Publicidade