

Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas





Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/videojuegos/curso-especializacao/curso-especializacao-comunicacao-branding-industrias-criativas

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 32

05

Metodologia de estudo

pág. 38

06

Certificação

pág. 48

01

Apresentação

Criar um nome cativante é muito difícil, e ainda mais quando trata-se de videogames, onde milhares de títulos são lançados todos os anos sobre todas as temáticas imagináveis. A equipa de comunicação e branding da indústria dos videogames desempenha um papel importante na criação deste, pois são os responsáveis por canalizar toda a criatividade dos designers e transmiti-la ao público-alvo de uma forma fiável e atrativa, captando a sua atenção com nomes e logótipos poderosos. A presente titulação da TECH aborda esta importância, proporcionando ao aluno todas as ferramentas necessárias para superar com sucesso as tarefas de comunicação e branding mais importantes.



“

Os nomes dos videojogos mais lendários são recordados durante décadas. Terá a capacidade de gerar esse impacto graças aos conhecimentos deste Curso de Especialização”

No setor criativo, especificamente no setor dos videojogos, a área do branding e a comunicação de um produto é uma das mais fundamentais de todas. Os jogos com mais força e potencial têm nomes que apelam a todos os públicos, como Fortnite ou Minecraft.

O objetivo deste curso da TECH é equipar os estudantes com as metodologias e ferramentas de comunicação mais poderosas e atualizadas, para que possam desenvolver todo o seu potencial numa indústria tão criativa como a dos videojogos.

Assim, de uma forma intensiva, o conceito de branding e as suas principais estratégias são revistos durante o ensino, definindo todos os passos que devem ser dados para unificar todas as ideias e conceitos do videojogo num título poderoso e atrativo. A comunicação é uma parte intrínseca deste processo de conexão com o público, pelo que também serão abordadas técnicas estratégicas e um planeamento adaptado para compreender a melhor forma de gerar um impacto positivo no público.

Este completo curso da TECH que inclui 10 *Masterclasses* ministradas por um Diretor Internacional Convidado, que também tem a vantagem de ser totalmente online, pelo que os alunos podem descarregar todo o material didático a partir de qualquer dispositivo com acesso à Internet. Assim, não existem horários fixos ou aulas que limitem as responsabilidades pessoais ou profissionais do aluno.

Este **Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em direção e gestão de empresas criativas
- ◆ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e predominantemente práticos com que está concebido fornecem informações práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Os exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ◆ O seu foco especial em metodologias inovadoras em comunicação e branding em empresas criativas
- ◆ As aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre temas controversos e atividades de reflexão individual
- ◆ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



Suas campanhas de apresentação de videojogos serão lembradas graças ao estudo meticuloso do público que aprenderá neste Curso de Especialização”

“

Age of Empires, Pokémon, God of War, entre outros. Todos eles são nomes que ficaram gravados na memória dos jogadores de todo o mundo. Será o próximo a acrescentar um a essa lista?

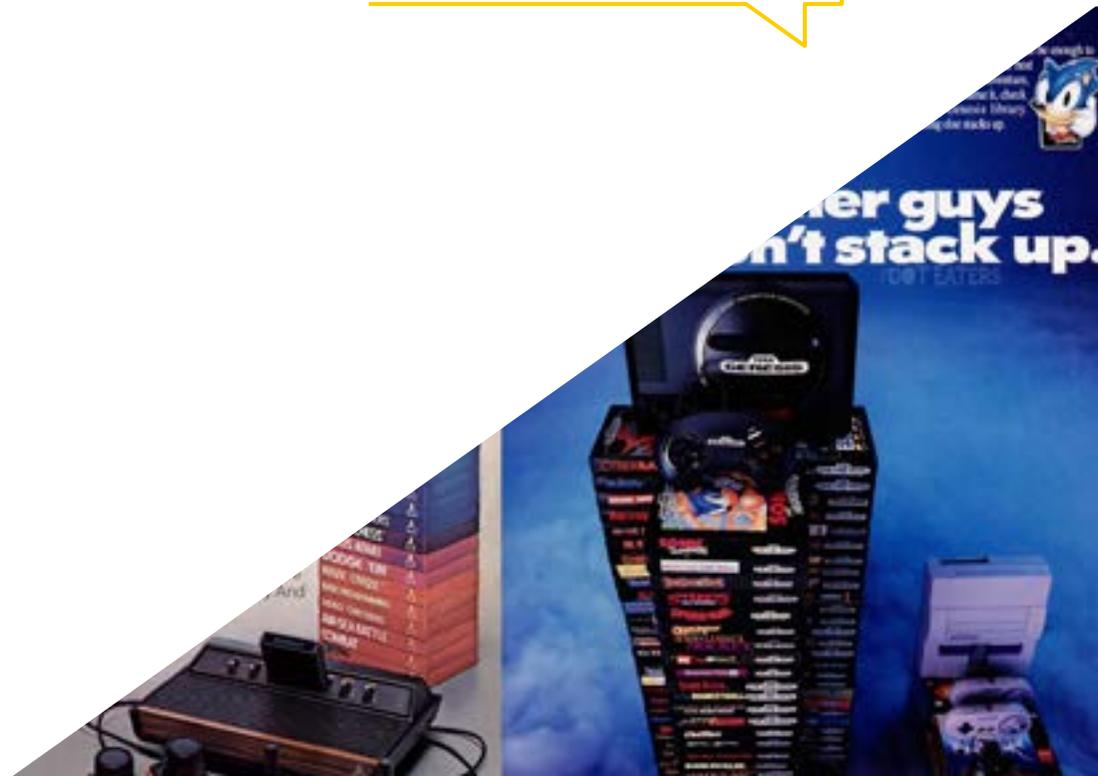
O corpo docente do curso inclui profissionais da área que trazem para esta especialização a sua experiência profissional, para além de reconhecidos especialistas de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, irá permitir que o profissional tenha acesso a uma aprendizagem situada e contextual, isto é, um ambiente de simulação que proporcionará uma capacitação imersiva, programada para praticar em situações reais.

A conceção desta capacitação baseia-se na Aprendizagem Baseada nos Problemas, através da qual o profissional deve tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do Curso. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Com uma comunicação correta e uma boa campanha de marketing, o sucesso de qualquer título em que trabalhe está garantido.

A TECH oferece-lhe a maior comodidade e flexibilidade possíveis para que possa adaptar o conteúdo da aprendizagem ao seu próprio ritmo e não o contrário.



02

Objetivos

Este Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas tem como objetivo dotar os alunos de um conjunto de ferramentas e metodologias com as quais possam abordar, de forma prática, campanhas de apresentação de videojogos, bem como aceitar o desafio de dar uma imagem de marca completa ao título em desenvolvimento. Para tal, garante o cumprimento de um certo número de objetivos pré-definidos, que o pessoal docente deve ter em conta na elaboração de todos os materiais didáticos disponíveis.



“

A TECH garante que o seu ensino é da mais elevada qualidade e rigor, pelo que, com este curso, terá a garantia de tornar-se um verdadeiro especialista em comunicação de videojogos”



Objetivos gerais

- ◆ Oferecer conhecimentos úteis para a especialização dos estudantes, dotando-os de competências para o desenvolvimento e aplicação de ideias originais no seu trabalho pessoal e profissional
- ◆ Compreender como a criatividade e a inovação se tornaram as forças motrizes da economia
- ◆ Resolver problemas em cenários inovadores e em contextos interdisciplinares no âmbito da gestão da criatividade
- ◆ Integrar os seus próprios conhecimentos com os dos outros, fazendo juízos e raciocínios informados com base nas informações disponíveis em cada caso
- ◆ Saber como gerir o processo de criação e implementação de ideias inovadoras sobre um determinado tema
- ◆ Adquirir conhecimentos específicos para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas
- ◆ Possuir os instrumentos para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que as indústrias criativas se estão a desenvolver e a transformar atualmente
- ◆ Adquirir as competências necessárias para desenvolver e evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de empreendedorismo
- ◆ Obter conhecimentos para realizar uma gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas
- ◆ Organizar e planear tarefas, tirando o máximo partido dos recursos disponíveis para lidar com as mesmas dentro de prazos precisos
- ◆ Utilizar as novas tecnologias da informação e da comunicação como instrumentos de formação e de intercâmbio de experiências no domínio de estudo
- ◆ Desenvolver competências de comunicação, tanto escritas como orais, bem como competências de apresentação profissional eficazes na prática quotidiana
- ◆ Adquirir competências de pesquisa de mercado, visão estratégica, metodologias digitais e de co-criação



Com a sua capacidade e criatividade para gerar boas ideias, só precisa de saber como transformá-las em ativos valiosos para campanhas de comunicação na indústria dos videojogos”



Objetivos específicos

Módulo 1. Novas indústrias criativas

- ◆ Tomar conhecimento das novas indústrias criativas
- ◆ Conhecer de forma detalhada o peso das indústrias criativas a nível económico
- ◆ Dedicar-se às artes visuais e performativas
- ◆ Obter um conhecimento profundo do património histórico, natural e cultural

Módulo 2. Creative Branding: comunicação e gestão de marcas criativas

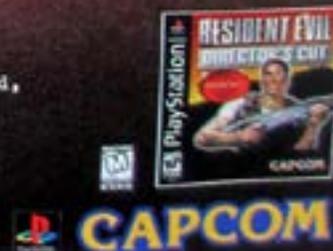
- ◆ Compreender o processo de criação e evolução de uma marca
- ◆ Saber como criar a identidade gráfica da marca
- ◆ Conhecer as principais técnicas e ferramentas de comunicação
- ◆ Ser capaz de realizar o *Briefing* da empresa

Módulo 3. Novas Estratégia de Marketing digital

- ◆ Aplicar ferramentas de Marketing digital, tendo em conta o público a que as mensagens chegarão
- ◆ Realizar análises da web que forneçam à empresa informações para saber como dirigir a sua estratégia publicitária
- ◆ Utilizar as redes sociais como ferramentas de Marketing e publicidade
- ◆ Aplicar ferramentas para *inbound* Marketing

Now You Can See Resident Evil
Through The Director's Eyes.

Experience the director's original horrific vision.
Presenting RESIDENT EVIL DIRECTOR'S CUT™ - the uncensored,
unrelenting version of the CONSUMER'S CHOICE OVERALL
BEST-PLAYSTATION GAME.™ Substantially enhanced with
rightfully graphic footage, alternate camera angles and
new levels of difficulty. Resident Evil Director's Cut.
It's a sight for sore eyes.



Includes the drop-dead **RESIDENT EVIL 2** interactive demo.

03

Direção do curso

A TECH garante que as suas qualificações são da mais alta qualidade possível graças à experiência profissional e ao elevado nível de competência do seu quadro docente. Por isso, para este Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas, reunimos um corpo docente com uma vasta experiência à frente de várias empresas no domínio da criatividade. Desta forma, o aluno tem acesso garantido a um material didático rigoroso com um bom nível profissional.



“

Os melhores profissionais da indústria criativa são aqueles que darão as chaves para atingir o seu máximo potencial no setor dos videojogos”

Diretor Internacional Convidado

Com mais de 20 anos de experiência na concepção e gestão de equipas globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **contratação** e **estratégia tecnológica**. Ao longo da sua experiência profissional, ocupou cargos de direção em várias organizações tecnológicas de empresas cotadas na lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** e **Comcast**. A sua trajetória permitiu-lhe destacar-se em ambientes competitivos e de elevado crescimento.

Como **Vice-presidenta de Aquisição de Talentos** em **Mastercard**, é responsável pela supervisão da estratégia e execução da integração de talentos, trabalhando com os líderes empresariais e os responsáveis de **Recursos Humanos** para atingir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em particular, o seu objetivo é **criar equipas diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. É também uma especialista na utilização de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. É também responsável por **amplificar a marca de empregador** e a proposta de valor de **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove tem demonstrado o seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente em redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de numerosos trabalhadores em diferentes empresas. Depois de obter a sua licenciatura em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ocupou cargos de direção no recrutamento de empresas em diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida pela sua capacidade de liderar transformações organizacionais, **integrar tecnológias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparem as instituições para os desafios futuros. Também implementou com sucesso programas de **bem-estar profissional** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção dos empregados.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-Presidenta de Aquisição de Talentos, Mastercard, Nova Iorque, EUA
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal Media, Nova Iorque, EUA
- Responsável da Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-Presidenta Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas em BNC
- Executiva de Contas em Vault
- Licenciatura em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência nas principais multinacionais tecnológicas, Rick Gauthier desenvolveu-se de forma proeminente no domínio dos serviços na nuvem e melhora de processos de extremo a extremo. Foi reconhecido como um líder e gestor de equipas altamente eficiente, demonstrando um talento natural para assegurar um elevado nível de compromisso entre os seus empregados.

Tem um dom inato para a estratégia e a inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando o seu sucesso com dados de qualidade. A sua trajetória na Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. Em Microsoft liderou uma equipa de 104 pessoas, responsáveis por fornecer infraestrutura informática a nível corporativo e apoiar os departamentos de engenharia de produtos em toda a empresa.

Esta experiência permitiu-lhe destacar-se como um gestor de alto impacto com capacidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor regional de TI na Amazon, Seattle, EUA
- Chefe de programas sénior na Amazon
- Vice-presidente da Wimmer Solutions
- Diretor sénior de serviços de engenharia de produtividade na Microsoft
- Licenciatura em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado técnico em *Commercial Diving* pelo Divers Institute of Technology
- Licenciatura em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para ficar a par dos últimos avanços nesta matéria e aplicá-los à sua prática quotidiana”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um especialista de renome internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Através dessa longa trajetória, assumiu diferentes riscos e é um permanente **defensor da inovação** e a **mudança** no ambiente empresarial. Com essa experiência, tem trabalhado com diretores executivos e organizações empresariais em todo o mundo, levando-os a afastarem-se dos modelos de negócio tradicionais. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem em **verdadeiros líderes do mercado**, centrados nos seus **clientes** e o **mundo digital**.

As estratégias concebidas por Arman têm um impacto latente, uma vez que permitiram a várias empresas **melhorar as experiências dos consumidores, o pessoal e os acionistas** da mesma forma. O sucesso deste especialista é quantificável através de métricas tangíveis, tais como o **CSAT**, o **compromisso dos trabalhadores** nas instituições onde trabalhou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Também, na sua carreira profissional, cultivou e **liderou equipas de alto desempenho** que, inclusive receberam prêmios pelo seu **potencial transformador**. No caso da Shell, em particular, o executivo sempre propôs-se a superar três desafios: dar resposta às complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **rever um panorama fragmentado de dados, digital e tecnológico**. Assim, seus esforços demonstraram que, para alcançar um sucesso sustentável, é essencial partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação de processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o executivo destaca-se pelo seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, área em que possui um pós-graduação pela Escola de Negócios de Londres. Ao mesmo tempo, tem acumulado experiência em **IoT** e o **Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Corporação Energética Shell, Londres, Reino Unido.
- Chefe Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Corporação Energética Shell
- Gestor Nacional de Contas-Chave (fabricantes de equipamentos originais e retalhistas de automóveis) para a Shell em Kuala Lumpur, Malásia.
- Consultor Sênior de Gestão (Setor dos Serviços Financeiros) para a Accenture de Singapura
- Licenciatura pela Universidade de Leeds
- Pós-Graduação em Aplicações Empresariais de IA para Altos Executivos da Escola de Negócios de Londres
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente (CCXP).
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



Gostaria de atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH oferece-lhe o conteúdo mais atualizado do mercado acadêmico, concebido por especialistas de prestígio internacional”

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um **profissional experiente** em gestão de dados e líder de uma equipa altamente qualificada. De fato, Arens ocupa o cargo de **gestor global de compras** na divisão de Infra-estruturas Técnicas e Centros de Dados da Google, onde desenvolveu a maior parte da sua carreira profissional. Com sede em Mountain View, Califórnia, forneceu soluções para os desafios operacionais para o gigante da tecnologia, como a **integridade dos dados mestres**, as **atualizações dos dados dos fornecedores** e a **priorização** destes. Liderou o planeamento da cadeia de abastecimento de centros de dados e a avaliação de riscos dos fornecedores, gerando melhorias no processo e na gestão dos fluxos de trabalho, o que resultou em poupanças significativas de custos.

Com mais de uma década de trabalho no fornecimento de soluções digitais e liderança para empresas em diversos setores, tem uma vasta experiência em todos os aspetos do fornecimento de soluções estratégicas, incluindo **Marketing, análise de meios, medição e atribuição**. De fato, recebeu vários prémios pelo seu trabalho, entre os quais o **Prémio de Liderança BIM**, o **Prémio de Liderança Search**, **Prémio do Programa de Geração de Leads de Exportação** e o **Prémio para o melhor modelo de Vendas da EMEA**.

Arens também desempenhou-se como **Gestor de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesta posição, construiu uma equipa de 4 para 14 membros em três anos e levou a equipa de vendas a alcançar resultados e a colaborar bem entre si e com equipas multifuncionais. Também trabalhou como **Analista Sênior** de Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando storylines para mais de 150 clientes, utilizando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e redigiu relatórios aprofundados para demonstrar o seu domínio do tópico, incluindo a compreensão dos **fatores macroeconómicos e políticos/regulamentares** que afetam a adoção e difusão da tecnologia.

Também liderou equipas em empresas como **Eaton, Airbus e Siemens**, onde adquiriu uma experiência valiosa na gestão de contas e da cadeia de abastecimento. Destaca, em particular, o seu trabalho de superação contínua das expectativas através da **construção de relações valiosas com os clientes** e **trabalhar de forma fluida com pessoas a todos os níveis de uma organização**, incluindo stakeholders, gestores, membros da equipa e clientes. A sua abordagem orientada para os dados e a sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e expansíveis para os desafios do setor tornaram-no um líder proeminente no seu domínio.



Sr. Manuel Arens

- Gestor Global de Compras na Google, Mountain View, EUA
- Responsável principal de Análise e Tecnologia B2B na Google, EUA
- Diretor de vendas na Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior na Google, Alemanha
- Gestor de contas na Google, Irlanda
- Accounts Payable em Eaton, Reino Unido
- Gestor da Cadeia de Fornecimento na Airbus, Alemanha

“

Aposte pela TECH! Terá acesso aos melhores materiais didáticos, na vanguarda tecnológica e educativa, implementados por especialistas de renome internacional na área”

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um **impacto significativo no mundo da Moda**. Ao longo da sua carreira de sucesso, desempenhou uma série de tarefas relacionadas com **Produtos, Merchandising e Comunicação**. Tudo isto, associado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados deste diretivo de **elevado perfil internacional** foram associados à sua comprovada capacidade para **sintetizar informação** em quadros claros e executar **ações concretas** alinhadas aos objetivos **específicos da empresa**. Também é reconhecido pela sua **proatividade e adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Para além disso, o especialista acrescenta uma **forte consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão pelos produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** em **Giorgio Armani**, tem supervisionado diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Além disso, as suas táticas têm-se centrado na **área de retalho** e as **necessidades e o comportamento do consumidor**. A partir desta posição, La Sala foi também responsável pela configuração da comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipa** nos **Departamentos de Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como **Calvin Klein** ou **Gruppo Coin**, empreendeu projetos para promover a **estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções**. Ao mesmo tempo, tem sido responsável pela criação de **calendários eficazes** para as **campanhas de compra e venda**. Teve também sob a sua direção os **termos, custos, processos e prazos de entrega** de diferentes operações.

Estas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos da Moda e o Luxo**. Uma elevada capacidade de gestão que permitiu-lhe aplicar eficazmente o **posicionamento positivo de diferentes marcas** e redefinir os seus indicadores-chave de desempenho (KPI).



S. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising em Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager em Dolce&Gabbana
- Brand Manager em Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Licenciatura em Business and Economics na Universidad degli Studi do Piemonte Oriental

“

Os profissionais mais qualificados e experientes a nível internacional esperam-lhe na TECH para oferecer-lhe um ensino de primeiro nível, atualizado e baseado na última evidência científica. Do que está à espera para se inscrever?”

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinónimo de inovação e excelência no domínio da **Inteligência Empresarial** a nível internacional. Sua bem-sucedida carreira está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, este especialista destaca-se pela sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto permanente no ambiente empresarial.

Por outro lado, o executivo é considerado um **pioneiro** na utilização de técnicas de **visualização de dados** que simplificaram montagens complexas, tornando-as acessíveis e facilitando a tomada de decisões. Esta competência tornou-se a pedra angular do seu perfil profissional, tornando-o um ativo procurado por muitas organizações que apostavam por **recolher informações** e **gerar ações** concretas a partir delas.

Um dos seus projetos mais proeminentes nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do seu género no mundo, ancorada na nuvem para **análise de Big Data**. Além disso, ocupou o cargo de **Diretor de Business Intelligence** em **Red Bull**, abrangendo domínios como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações da Cadeia de Abastecimento**. Sua equipa foi recentemente reconhecida pela sua constante inovação na utilização da nova API do Walmart Luminare para **insights** de Compradores e Canais.

No que respeita à sua formação, o diretor tem vários estudos de Mestrado e de pós-graduação em centros de prestígio como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhaga**, na Dinamarca. Através desta atualização contínua, o especialista alcançou as competências de vanguarda. Assim, passou a ser considerado um **líder nato** da **nova economia mundial**, centrada no impulso dos dados e nas suas infinitas possibilidades.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análisis em Red Bull, Los Angeles, EUA
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Principal na Nordea.
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education em IA e Machine Learning em UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive em comércio eletrónico na Universidade de Copenhaga
- Licenciatura e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhaga



Estuda na melhor universidade online do mundo segundo a Forbes! Neste MBA, terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimédia, desenvolvida por professores de renome internacional”

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um reputado especialista no domínio do **Marketing Digital** que, durante mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do espetáculo, **Warner Bros. Discovery**. Nesta função, desempenhou um papel fundamental na **supervisão da logística e fluxos de trabalhos criativos** em diversas plataformas digitais incluindo redes sociais, pesquisa, *display* e meios lineares.

A liderança deste executivo tem sido crucial para fazer avançar as **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou numa notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Simultaneamente, assumiu outras funções, tais como Diretor de Serviços de Marketing e Gestor de Tráfego na mesma multinacional durante a sua anterior gestão.

Por sua vez, a Stevenson tem estado envolvido na distribuição global de videojogos e **campanhas de propriedade digital**. Foi também responsável pela introdução de estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdos de som e imagem para **anúncios televisivos e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma licenciatura em Telecomunicações pela Universidade da Florida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra a sua proficiência em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou na Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de ponta sobre a utilização da **Inteligência Artificial nos negócios**. Assim, o seu perfil profissional é um dos mais como um dos mais relevantes no atual domínio do **Marketing** e os **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, EUA
- Gestor de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade de Califórnia
- Licenciatura em Telecomunicações pela Universidade de Florida

“

Alcance os seus objetivos académicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA guiá-lo-ão ao longo de todo o processo de aprendizagem”

Diretor Internacional Convidado

Galardoada com o prémio “*International Content Marketing Awards*” pela criatividade, liderança e qualidade dos seus conteúdos informativos, Wendy Thole-Muir é uma reconhecida **Diretora de Comunicação** altamente especializada no domínio da **Gestão da Reputação**.

Neste sentido, desenvolveu uma sólida carreira profissional de mais de duas décadas neste domínio, que levou-a a integrar prestigiadas entidades de referência internacional, tais como **Coca-Cola**. Esta função implica a supervisão e a gestão da comunicação empresarial, bem como o controlo da imagem da organização. Entre as suas principais contribuições destacam-se a liderança da implementação da **plataforma de interação interna Yammer**. Como resultado, os empregados aumentaram o seu compromisso com a marca e criaram uma comunidade que melhorou significativamente a transmissão de informações.

Por outro lado, tem sido responsável pela gestão da comunicação das **investimentos estratégicos** de empresas em diferentes países africanos. Uma demonstração disso é que geriu diálogos sobre investimentos significativos no Quênia, demonstrando o compromisso das entidades com o desenvolvimento económico e social do país. Por sua vez, alcançou numerosos **reconhecimentos** pela sua capacidade de gerir as percepções das empresas em todos os mercados em que opera. Desta forma, assegurou que as empresas mantivessem um perfil elevado e que os consumidores as associassem a uma alta qualidade.

Além disso, no seu firme compromisso com a excelência, tem estado ativamente envolvida em reputados **Congressos e Simpósios** à escala mundial, com o objetivo de ajudar os profissionais da informação a manterem-se na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para **desenvolver planos estratégicos de comunicação** de sucesso. Assim, ajudou numerosos especialistas a antecipar situações de crise institucional e a gerir eventos adversos de uma forma eficaz.



Sra. Wendy Thole-Muir

- Diretora de Comunicação Estratégica e Reputação Corporativa na Coca-Cola, África do Sul
- Responsável de Reputação Corporativa e Comunicação na ABI na SABMiller, Lovânia, Bélgica
- Consultora de Comunicação na ABI, Bélgica
- Consultora de Reputação e Comunicação na Third Door, Gauteng, África do Sul
- Mestrado em Estudos do Comportamento Social pela Universidade da África do Sul
- Mestrado em Artes com especialização em Sociologia e Psicologia pela Universidade da África do Sul
- Licenciatura em Ciências Políticas e Sociologia Industrial pela Universidade de KwaZulu-Natal
- Licenciatura em Psicologia pela Universidade da África do Sul



Uma experiência de aprendizagem única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional”

Direção



Dra. Margarita Velar Lera

- ♦ Consultora de Comunicação Especializada em Moda
- ♦ CEO da Forefashion Lab
- ♦ Diretora de Marketing Corporativo no SGN Group
- ♦ Consultora de Comunicação Corporativa na LLYC
- ♦ Consultora de Comunicação e Marca Freelance
- ♦ Responsável de Comunicação na Universidade Villanueva
- ♦ Professora em cursos universitários relacionados com Marketing
- ♦ Doutoramento em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid
- ♦ Licenciatura em Comunicação Audiovisual pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ MBA em Gestão de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School



Professores

Sra. Cristina Arroyo Villoria

- ◆ Consultora Técnica e Coordenadora de Projetos Formativos
- ◆ Sócia e Diretora de Projetos e Empreendedorismo na Factoría de Industrias Criativas
- ◆ Coordenadora da Acerca Cultura Madrid
- ◆ Editora de Conteúdos e-Learning Freelance para LIDlearning na LID Editorial
- ◆ Coordenadora de Formação na Factoría Cultural Madrid
- ◆ Licenciatura em Ciências do Trabalho pela Universidade de Valladolid
- ◆ Mestrado em Direção e Gestão de RR. HH. pela Escola de Negócios de San Pablo CEU
- ◆ Mestrado em e-Learning e Tecnologia Educacional, Formação e-Learning
- ◆ Técnico Superior em Prevenção de Riscos, Especialidade de Higiene no Trabalho pelo Instituto para a Formação Integral
- ◆ Técnico Superior em Prevenção de Riscos Laborais, Especialidade de Ergonomia e Psicossociologia do Trabalho pelo Instituto para a Formação Integral

“

Dê o passo para atualizar-se nas últimas novidades em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas”

04

Estrutura e conteúdo

Este Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas da TECH contém 3 módulos de ensino completos. Neles, começa-se por revisar o surgimento de novas indústrias criativas e a repercussão cultural das mesmas, seguido pelo branding criativo e como tirar proveito da construção e criação das marcas, e, por fim, as novas estratégias tecnológicas de marketing digital para aprender a realizar boas campanhas de comunicação no contexto moderno desta década.



“

A elevada qualidade deste programa marcará um antes e um depois na sua carreira profissional”

Módulo 1. Novas indústrias criativas

- 1.1. Novas indústrias criativas
 - 1.1.1. Da indústria cultural à indústria criativa
 - 1.1.2. As indústrias criativas de hoje
 - 1.1.3. Atividades e setores que compõem as indústrias criativas
- 1.2. O peso económico das indústrias criativas nos dias de hoje
 - 1.2.1. Contribuição
 - 1.2.2. Fatores de crescimento e mudança
 - 1.2.3. Panorama profissional nas indústrias criativas
- 1.3. Novo contexto global das indústrias criativas
 - 1.3.1. Visão geral das indústrias criativas no mundo
 - 1.3.2. Fontes de financiamento para as indústrias criativas em cada país
 - 1.3.3. Estudos de caso: modelos de gestão e políticas públicas
- 1.4. O património natural e cultural
 - 1.4.1. Património histórico e cultural
 - 1.4.2. Subprodutos e serviços de museus, sítios arqueológicos, históricos e paisagens culturais
 - 1.4.3. Património cultural intangível
- 1.5. Artes visuais
 - 1.5.1. Artes plásticas
 - 1.5.2. Fotografia
 - 1.5.3. Artesanato
- 1.6. Artes performativas
 - 1.6.1. Teatro e dança
 - 1.6.2. Música e festivais
 - 1.6.3. Feiras e circos
- 1.7. Meios audiovisuais
 - 1.7.1. Filmes, televisão e conteúdo audiovisual
 - 1.7.2. Rádio, podcasts e conteúdo áudio
 - 1.7.3. Videojogos

- 1.8. Publicações atuais
 - 1.8.1. Literatura, ensaios e poesia
 - 1.8.2. Editores
 - 1.8.3. Imprensa
- 1.9. Serviços criativos
 - 1.9.1. Design e moda
 - 1.9.2. Arquitetura e paisagismo
 - 1.9.3. Publicidade
- 1.10. Ligações da economia criativa ou laranja
 - 1.10.1. Modelo em cascata – círculos concêntricos
 - 1.10.2. *Spillovers* criativos, de produção e de conhecimento
 - 1.10.3. A cultura ao serviço da economia criativa

Módulo 2. Creative Branding: comunicação e gestão criativa da marca

- 2.1. *Marcas e branding*
 - 2.1.1. As marcas
 - 2.1.2. Evolução do *branding*
 - 2.1.3. Posicionamento, personalidade de marca, notoriedade
- 2.2. Construção da marca
 - 2.2.1. Marketing Mix
 - 2.2.2. Arquitetura de marca
 - 2.2.3. Identidade de marca
- 2.3. Expressão da marca
 - 2.3.1. Identidade gráfica
 - 2.3.2. Expressão visual
 - 2.3.3. Outros elementos que refletem a marca

- 2.4. Comunicação
 - 2.4.1. Abordagens
 - 2.4.2. *Pontos de contacto da marca*
 - 2.4.3. Técnicas e ferramentas de comunicação
- 2.5. *Brand content*
 - 2.5.1. Das marcas às plataformas de entretenimento
 - 2.5.2. O aumento do conteúdo de marca
 - 2.5.3. Ligação com o público através de contos únicos
- 2.6. *Visual Storytelling*
 - 2.6.1. Análise da marca
 - 2.6.2. Conceitos criativos de publicidade
 - 2.6.3. Venda criativa
- 2.7. *Customer Experience*
 - 2.7.1. *Customer experience (CX)*
 - 2.7.2. *Customer journey*
 - 2.7.3. Alinhamento da marca e CX
- 2.8. Planeamento estratégico
 - 2.8.1. Objetivos
 - 2.8.2. Identificação de públicos e *insights*
 - 2.8.3. O desenho da estratégia
- 2.9. *Performance*
 - 2.9.1. O *Briefing*
 - 2.9.2. Táticas
 - 2.9.3. Plano de produção
- 2.10. Avaliação
 - 2.10.1. O que avaliar?
 - 2.10.2. Como avaliar? (Ferramentas de medição)
 - 2.10.3. Relatórios de resultados

Módulo 3. Novas estratégias de *marketing* digital

- 3.1. Tecnologia e públicos
 - 3.1.1. Estratégia digital e diferenças entre os tipos de utilizadores
 - 3.1.2. Público-alvo, fatores de exclusão e gerações
 - 3.1.3. O *Ideal Customer Profile (ICP)* e a *buyer* pessoa
- 3.2. Análise digital para diagnóstico
 - 3.2.1. Análise prévia à estratégia digital
 - 3.2.2. Momento 0
 - 3.2.3. KPIs e métricas, tipologias, classificação de acordo com metodologias
- 3.3. *E-entertainment*: o impacto do e-commerce na indústria de entretenimento
 - 3.3.1. E-commerce, tipologias e plataformas
 - 3.3.2. A importância do design da web: UX e UI
 - 3.3.3. Otimização do espaço online: Necessidades mínimas
- 3.4. *Social media e influencer Marketing*
 - 3.4.1. Impacto e evolução do Network Marketing em redes
 - 3.4.2. Persuasão, chaves para o conteúdo e ações virais
 - 3.4.3. Planear campanhas de *social marketing* e *influencer Marketing*
- 3.5. *Mobile Marketing*
 - 3.5.1. Utilizador *Mobile*
 - 3.5.2. *Web Mobile* e *Apps*
 - 3.5.3. Ações de *Mobile Marketing*
- 3.6. Publicidade em ambientes online
 - 3.6.1. Publicidade nas RRSS e objetivos dos Social Ads
 - 3.6.2. O funil de compra ou *purchase funnel*: categorias
 - 3.6.3. Plataformas de *Social Ads*
- 3.7. A metodologia de *Inbound Marketing*
 - 3.7.1. *Social Selling*, principais pilares e estratégia
 - 3.7.2. A plataforma CRM numa estratégia digital
 - 3.7.3. O *Inbound Marketing* ou *Attraction Marketing*: ações e SEO

- 3.8. Automatização do Marketing
 - 3.8.1. Email Marketing e tipologia de correio eletrônico
 - 3.8.2. Automatização do **Email Marketing**, aplicações, plataformas e vantagens
 - 3.8.3. O aparecimento do *Bot & Chatbot Marketing*: tipologia e plataformas
- 3.9. Ferramentas de gestão de dados
 - 3.9.1. CRM em estratégia digital, tipologias e aplicações, plataformas e tendências
 - 3.9.2. *Big Data: Big Data, Business Analytics e Business Intelligence*
 - 3.9.3. *Big Data*, a Inteligência Artificial e *Data Science*
- 3.10. A medição da rentabilidade
 - 3.10.1. ROI: a definição de retorno do investimento e ROI vs. ROAS
 - 3.10.2. Otimização do ROI
 - 3.10.3. Principais métricas





“

Será o melhor líder possível para as empresas de videogames que escolher liderar”

05

Metodologia de estudo

A TECH é a primeira universidade do mundo a unir a metodologia dos **case studies** com o **Relearning**, um sistema de aprendizado 100% online baseado na repetição guiada.

Essa estratégia de ensino inovadora foi projetada para oferecer aos profissionais a oportunidade de atualizar conhecimentos e desenvolver habilidades de forma intensiva e rigorosa. Um modelo de aprendizagem que coloca o aluno no centro do processo acadêmico e lhe dá o papel principal, adaptando-se às suas necessidades e deixando de lado as metodologias mais convencionais.



“

A TECH prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”

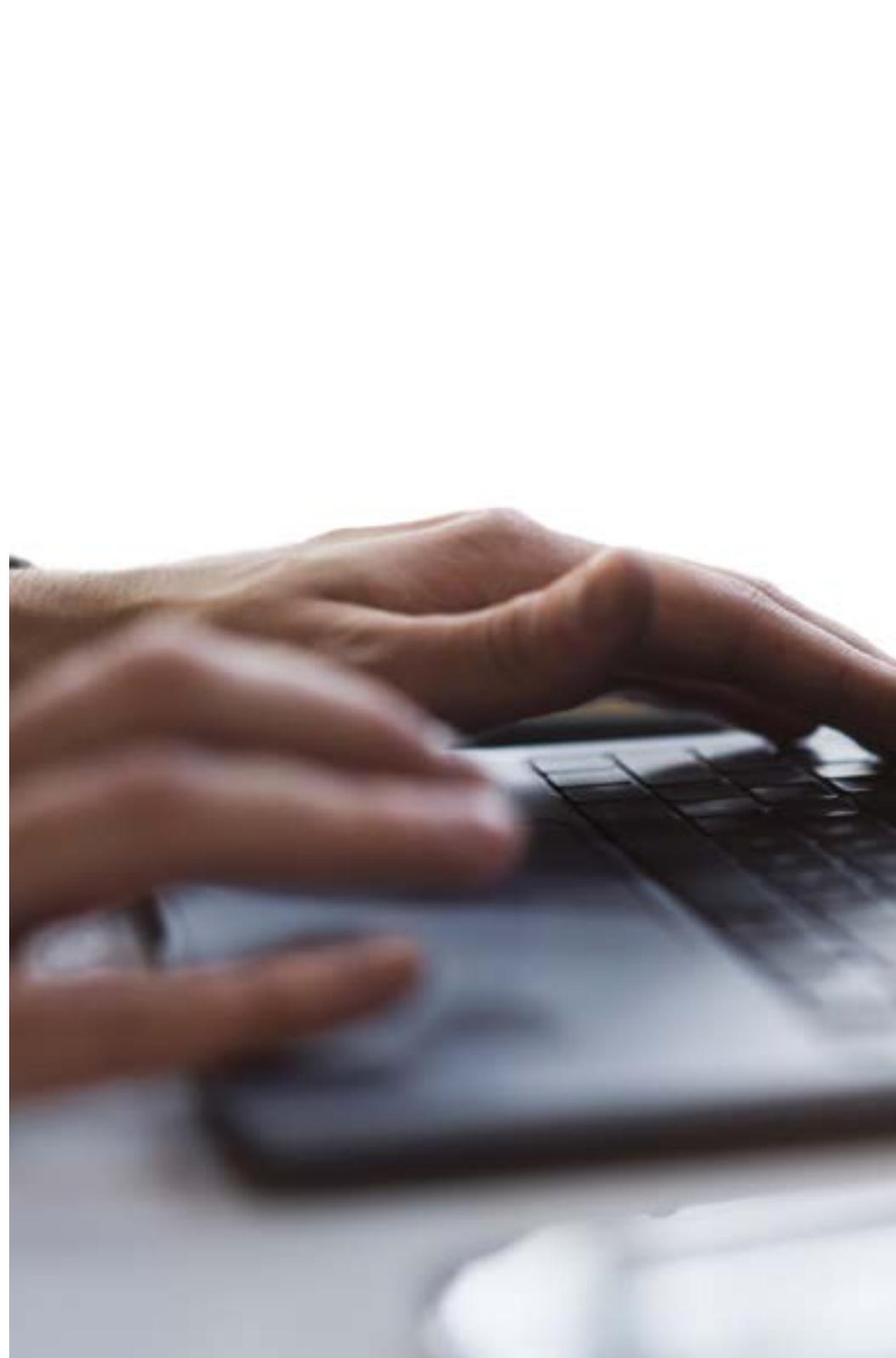
O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas levando-se em conta as demandas de tempo, disponibilidade e rigor acadêmico que, atualmente, os alunos, bem como os empregos mais competitivos do mercado, exigem.

Com o modelo educacional assíncrono da TECH, é o aluno quem escolhe quanto tempo passa estudando, como decide estabelecer suas rotinas e tudo isso no conforto do dispositivo eletrônico de sua escolha. O aluno não precisa assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não poderá comparecer. As atividades de aprendizado serão realizadas de acordo com sua conveniência. O aluno sempre poderá decidir quando e de onde estudar.

“

Na TECH, o aluno NÃO terá aulas ao vivo (das quais poderá nunca participar)”.



Os programas de ensino mais abrangentes do mundo

A TECH se caracteriza por oferecer os programas acadêmicos mais completos no ambiente universitário. Essa abrangência é obtida por meio da criação de programas de estudo que cobrem não apenas o conhecimento essencial, mas também as últimas inovações em cada área.

Por serem constantemente atualizados, esses programas permitem que os alunos acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as habilidades mais valorizadas pelos empregadores. Dessa forma, os alunos da TECH recebem uma preparação abrangente que lhes dá uma vantagem competitiva significativa para avançar em suas carreiras.

Além disso, eles podem fazer isso de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.

“

O modelo da TECH é assíncrono, portanto, você poderá estudar com seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser e pelo tempo que quiser”

Case studies ou Método de caso

O método de casos tem sido o sistema de aprendizado mais amplamente utilizado pelas melhores escolas de negócios do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, sua função também era apresentar a eles situações complexas da vida real. Assim, eles poderiam tomar decisões informadas e fazer julgamentos de valor sobre como resolvê-los. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Com esse modelo de ensino, é o próprio aluno que desenvolve sua competência profissional por meio de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, usados por outras instituições renomadas, como Yale ou Stanford.

Esse método orientado para a ação será aplicado em toda a trajetória acadêmica do aluno com a TECH. Dessa forma, o aluno será confrontado com várias situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões. A premissa era responder à pergunta sobre como eles agiriam diante de eventos específicos de complexidade em seu trabalho diário.



Método Relearning

Na TECH os *case studies* são alimentados pelo melhor método de ensino 100% online: o *Relearning*.

Esse método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo o melhor conteúdo em diferentes formatos. Dessa forma, consegue revisar e reiterar os principais conceitos de cada matéria e aprender a aplicá-los em um ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com várias pesquisas científicas, a repetição é a melhor maneira de aprender. Portanto, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave dentro da mesma lição, apresentadas de uma forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

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.



Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar sua metodologia de forma eficaz, a TECH se concentra em fornecer aos alunos materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são projetados por professores qualificados que concentram seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas por meio de simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e o aprendizado baseado na repetição, por meio de áudios, apresentações, animações, imagens etc.

As evidências científicas mais recentes no campo da neurociência apontam para importância de levar em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acessado antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A capacidade de ajustar essas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a lembrar e armazenar o conhecimento no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo chamado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é aplicado conscientemente nesse curso universitário.

Por outro lado, também para favorecer ao máximo o contato entre mentor e mentorado, é oferecida uma ampla variedade de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real quanto em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefônico, contato por e-mail com a secretaria técnica, bate-papo, videoconferência etc.).

Da mesma forma, esse Campus Virtual muito completo permitirá que os alunos da TECH organizem seus horários de estudo de acordo com sua disponibilidade pessoal ou obrigações de trabalho. Dessa forma, eles terão um controle global dos conteúdos acadêmicos e de suas ferramentas didáticas, em função de sua atualização profissional acelerada.



O modo de estudo online deste programa permitirá que você organize seu tempo e ritmo de aprendizado, adaptando-o à sua agenda”

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os alunos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade intelectual através de exercícios de avaliação de situações reais e de aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas, permitindo ao aluno integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e eficiente, graças à abordagem de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.



A metodologia universitária mais bem avaliada por seus alunos

Os resultados desse modelo acadêmico inovador podem ser vistos nos níveis gerais de satisfação dos alunos da TECH.

A avaliação dos alunos sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos do curso é excelente. Não é de surpreender que a instituição tenha se tornado a universidade mais bem avaliada por seus alunos na plataforma de avaliação Trustpilot, com uma pontuação de 4,9 de 5.

Acesse o conteúdo do estudo de qualquer dispositivo com conexão à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato da TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.

Você poderá aprender com as vantagens do acesso a ambientes de aprendizagem simulados e com a abordagem de aprendizagem por observação, ou seja, aprender com um especialista.

Assim, os melhores materiais educacionais, cuidadosamente preparados, estarão disponíveis neste programa:



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, com as técnicas mais recentes que nos permitem lhe oferecer a melhor qualidade em cada uma das peças que colocaremos a seu serviço.



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 desenvolver as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no âmbito da globalização.



Resumos interativos

Apresentamos os conteúdos de forma atraente e dinâmica em pilulas multimídia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais com o objetivo de reforçar o conhecimento.

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



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual do estudante você terá acesso a tudo o que for necessário para completar sua capacitação.





Case Studies

Você concluirá uma seleção dos melhores *case studies* da disciplina. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



Testing & Retesting

Avaiamos e reavaiamos periodicamente seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemos isso em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas. O *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e aumenta nossa confiança para tomar decisões difíceis no futuro.



Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



06

Certificação

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de recepção, o certificado* correspondente ao título de **(ESTUDIO)** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Comunicação e Branding em Indústrias Criativas**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**

ECTS: **18**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica 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 sustentabilidade

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização Comunicação e Branding em Indústrias Criativas