

## Estratégia de Marca – Branding Strategy

### Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de competências para analisar exemplos e casos práticos bem como alguma informação teórica/conceptual sobre Marca e Estratégia de Marca (*Branding e Brand Strategy*). Os formandos terão ainda oportunidade de aplicar, de forma assistida, os conceitos apreendidos para desenvolver competências práticas.

### Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes ficarão aptos a:

- Identificar a importância e o papel da Marca;
- Distinguir entre Marca e Nome reconhecido;
- Indicar como a Marca se posiciona no Marketing-Mix;
- Reconhecer a psicologia da Marca;
- Distinguir os dois conceitos fundamentais: Brand Equity e Brand Franchise;
- Identificar o processo de validação da Marca, incluindo o papel dos estudos de mercado;
- Criar a Marca, desenvolver equidade e identidade;
- Definir o Posicionamento da Marca e como se procede para atingir um patamar ótimo;
- Demonstrar o processo de gestão da Marca no futuro;
- Comunicar a proposta de Marca e as mais valias para quem compra.

### Destinatários

Este Curso destina-se a Gestores de Produto, Gestores de Marca e Gestores de Vendas e/ou Marketing.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

18 Horas

### Conteúdo Programático

**Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização**

**Módulo I – Conceito da Marca**

**Módulo II – Diferença entre Marca e Nome Reconhecido**

**Módulo III – Posicionamento da Marca no Marketing-Mix e Acréscimo dos Valores para Clientes**

**Módulo IV – A Psicologia da Marca**

**Módulo V – Conceitos fundamentais: Brand Equity e Brand Franchise**

**Módulo VI – Processo de Validação da Marca**

**Módulo VII – Criação da Marca e o seu Desenvolvimento**

**Módulo VIII – Definição de Posicionamento da Marca**

**Módulo IX – Processo de Gestão da Marca no Futuro**

### Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.