

## PROGRAMA DA FORMAÇÃO

### DESIGNAÇÃO

#### **COMUNICAÇÃO: GESTÃO GLOBAL DE MARCA**

**Carga horária total:** 336 horas

**Acreditação profissional:** *n/a*

**Forma de organização da formação:** Presencial

**Público-alvo:** Empreendedores, estudantes e profissionais das indústrias criativas, do marketing e da comunicação com interesse em adquirir e/ou aprofundar conhecimentos e competências de gestão de marca.

**Código:** LIS/OPO CAGGM C

**Campus:** Lisboa/Porto

**Data de aprovação desta versão:** 29.03.2019

**Nota:** O presente programa de formação poderá sofrer alterações até a data de início do curso respeitando sempre o melhor interesse pedagógico dos formandos.

### DESCRIÇÃO

Este curso prepara-te para seres um gestor de marca criativo e eficaz, capaz de perceber tudo o que o atual mercado altamente competitivo e a comunidade criativa exigem de ti.

Numa altura em que nunca fomos tão empreendedores, numa fase em que os portugueses lançam mais negócios, empresas e marcas do que nunca e o mundo está de olhos em nós, é preciso que as marcas tenham identidade e uma história que sejam relevantes para os seus públicos, nas várias plataformas digitais.

O que não é único, nem autêntico, está condenado. E com este curso garantimos que as marcas serão trabalhadas, criadas e desenvolvidas com uma autenticidade e tecnicidade que permitirão o seu sucesso.

### PERFIL DO FORMANDO

No final da frequência deste curso pretende-se que os formandos estejam capacitados para descobrir em cada marca o que a diferencia de todas as outras, criar narrativas à volta da mesma e alimentar os vários canais onde decidiu que a marca deve estar presente.

Os formandos que concluírem com aproveitamento este curso serão capazes de definir a estratégia de uma marca, identificar o que a torna única, o tom de voz em que comunica, do lançamento da mesma até à gestão dos conteúdos que alimentam os vários canais.

## PROGRAMA DA FORMAÇÃO

### REQUISITOS DE ADMISSÃO

Os candidatos a este curso devem possuir habilitação mínima de 11º ano completo ou equivalente e/ou experiência profissional mínima na área de estudo ou áreas adjacentes.

Todos os candidatos serão submetidos a uma entrevista de selecção onde devem demonstrar as suas motivações e aptidões.

### OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

Os objectivos gerais deste programa são:

OG1. Fornecer competências para pensar e criar narrativas sobre uma marca, bem como identificar os *touchpoints* onde esta deve viver e amplificar a sua história.

OG2. Proporcionar o uso e experiência das ferramentas adequadas para a exploração de soluções que possam servir os interesses de comunicação e vivência da marca.

OG3. Desenvolver capacidades e competências de criar soluções criativas sendo capaz de identificar que equipa e funções devem ser incorporados para a execução dessa solução.

Os objectivos específicos deste programa são:

OE1. Identificar em cada história a sua autenticidade e criar o respetivo plano de comunicação.

OE2. Conhecer e aplicar os processos de ativação de marca on-line e off-line.

OE3. Conhecer e utilizar as ferramentas que permitem medir a eficácia do plano de comunicação da marca.

### RESULTADOS

Com a conclusão deste curso os formandos serão capazes de:

#### CONHECIMENTOS

R1. Demonstrar que conhecem os processos inerentes à criação de um plano de comunicação que reflita a unicidade da marca.

## PROGRAMA DA FORMAÇÃO

### APTIDÕES

R2. Demonstrar criatividade e capacidade técnica no desenvolvimento de propostas criativas no âmbito da criação, lançamento e ativação de uma marca.

### ATITUDES

R3. Trabalhar de forma independente ou em equipa/dupla demonstrando capacidade de resolução de problemas e apresentação de soluções e conceitos alternativos.

## MÓDULOS

O curso é composto pelos seguintes módulos:

COMUNICAÇÃO: GESTÃO GLOBAL DE MARCA					
BRAND PLANNING 24h	CONTEÚDOS CRIATIVOS 24h	I.M.C. INTEGRATION 24h	CONSUMER BEHAVIOUR RESEARCH 24h	EFICÁCIA, MÉTRICAS, AVALIAÇÃO 24h	MARKETING E NEGÓCIOS 24h
RECURSOS DIGITAIS 48h		ATIVAÇÕES OFF LINE 48h		ATIVAÇÕES ON LINE 48h	
PROJETO / ESTÁGIO 48h					

## MÉTODOS DE FORMAÇÃO E PRÁTICA

As sessões dos diferentes módulos serão direccionados para a compreensão dos conceitos fundamentais e a sua respectiva aplicação prática recorrendo a exemplos e situações simuladas relacionadas com o *branding*, *storytelling*, gestão de conteúdos, comunicação e ativação dos mesmos. Serão utilizados desta forma os métodos expositivo, interrogativo, demonstrativo e activo.

Será também estimulado o trabalho em grupo para ajudar a desenvolver a capacidade de análise antes de se encontrar uma solução criativa para um determinado problema de comunicação e para promover competências de trabalho em equipa, tal como acontecerá aquando da sua entrada no mercado de trabalho.

Os formandos serão desafiados a estudar situações e casos reais para que possam desenvolver uma capacidade crítica sob os mesmos ajudando-os a criar as suas próprias propostas.

Ao longo do curso serão promovidos contactos com profissionais cujo principal objectivo é o de ajudar a compreender as atitudes e aptidões necessárias para o desenvolvimento desta função.

## PROGRAMA DA FORMAÇÃO

### AVALIAÇÃO

A avaliação deste curso será essencialmente direccionada para a demonstração de conhecimentos através da realização de trabalhos aplicados, criação de suportes de comunicação e realização de apresentações orais e escritas.

No final o formando devera apresentar a um júri um projecto de *branding* com aplicação nas várias plataformas de comunicação – website, redes sociais, *email* marketing, espaço e ponto de venda bem como uma proposta para o lançamento da marca.

A avaliação deste curso está enquadrada nos princípios e regras estabelecidas no Regulamento Pedagógico que pode ser consultado em [www.restart.pt](http://www.restart.pt)

Para a avaliação final do curso, os módulos contam com a seguinte ponderação em função da importância do perfil pretendido:

MÓDULO	Peso (%) na nota final
BRAND PLANNING	6%
CONTEÚDOS CRIATIVOS	6%
RECURSOS DIGITAIS	10%
I.M.C. INTEGRATION	6%
CONSUMER BEHAVIOUR RESEARCH	6%
ATIVAÇÕES OFF-LINE	10%
EFICÁCIA, MÉTRICAS E AVALIAÇÃO	6%
MARKETING E NEGÓCIOS	5%
ATIVAÇÕES ON LINE	10%
PROJETO / ESTÁGIO	35%

Avaliação final de cada módulo, é apresentado no programa específico do mesmo.

### RECURSOS PEDAGÓGICOS

O curso conta com uma série de recursos que são utilizados ao longo dos módulos em função da sua programação específica.

Adicionalmente os módulos vão utilizar a plataforma online de suporte para disponibilizarem manuais técnicos, manuais desenvolvidos pelos formadores, vídeos e exercícios práticos

## **PROGRAMA DA FORMAÇÃO**

### **ESPAÇOS E EQUIPAMENTOS**

A utilização dos espaços e equipamentos que a RESTART possui é planeada em função do programa de cada módulo.

No caso específico do curso de Comunicação: Gestão Global de Marca, a RESTART conta com uma sala dedicada com computadores e aplicações, onde os formandos e formadores desenvolvem a maior parte dos seus exercícios práticos.

Além disso é possível o acesso ao equipamento de fotografia, vídeo e áudio para exercícios curriculares.

Existem igualmente espaços para que os formandos possam, fora das sessões dos módulos, realizar os seus trabalhos individuais ou em equipa.

### **INFORMAÇÃO DE MERCADO**

Com a conclusão deste curso os alunos estão preparados para trabalhar nas mais diversas áreas criativas, nomeadamente em agências de publicidade, de comunicação, televisão ou mesmo desenvolver e apostar num projecto de criação da própria marca.

### **QUALIDADE E CERTIFICAÇÃO**

Este curso é sujeito ao sistema de qualidade da Restart que envolve especialistas internos e externos na sua revisão e actualização.

A monitorização do curso é anual e leva em linha de consideração os dados obtidos nas avaliações:

- do módulo pelos formandos;
- do módulo pelo formador;
- do Curso pelo formando.
- do Curso pelo coordenador.

No final da formação conforme a nota final obtida o aluno receberá um certificado de formação profissional ou um certificado de frequência de formação conforme Regulamento de Formação em vigor.

Esta formação terá de ser registada no SIGO e apenas é válida para cidadãos portugueses e/ou cidadãos estrangeiros detentores de passaporte ou outro documento de identificação com visto de residência válido em Portugal, emitido pelo SEF.

# PROGRAMA DA FORMAÇÃO

## BIBLIOGRAFIA

A bibliografia essencial e de apoio aos módulos é apresentada no programa específico do mesmo.