

CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO



MARCA, ESTRATÉGIA E CRIATIVIDADE

ANA CARDOSO / RUI FREIRE / 120 horas / janeiro / 3.^a e 5.^a feira / 19h–22h /
Máximo 16 alunos / Português / Aulas presenciais e projetuais

APRESENTAÇÃO

Marca, Estratégia e Criatividade é um curso imersivo que te dará as ferramentas para construir marcas e campanhas relevantes e eficazes. Através de uma abordagem de Marketing e Comunicação Integrada.

Este curso pretende transformar o teu conhecimento de marketing e comunicação em algo tangível e prático. Explora a relação audiência, media e criatividade. Experimenta o processo de planeamento estratégico, participa em workshops criativos e desenvolve um projeto final prático. Da construção da marca à execução de campanhas, aprende com profissionais da área, com casos práticos e colabora com outros alunos.

OBJETIVOS GERAIS

Ao final do curso, os alunos serão capazes de ter um conhecimento transversal na área de comunicação que lhes permita desenvolver e gerir um plano estratégico de comunicação e declinação tática. Como?

- Compreendendo os conceitos e teorias fundamentais da comunicação, marketing e media
- Aplicando conceitos de criatividade para desenvolver mensagens eficazes
- Maximizando o impacto da media e criatividade
- Garantindo Eficácia e Eficiência

COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

Ao longo do curso, os alunos desenvolverão as seguintes competências:

- Pensamento crítico
- Pensamento Estratégico
- Capacidade Criativa
- Capacidade de análise e síntese
- Capacidade de comunicação oral e escrita
- Capacidade de trabalho em equipa

MÉTODO DE ENSINO

Project-Based: O curso está estruturado em torno da criação progressiva de um projeto final, permitindo uma aplicação imediata dos conhecimentos adquiridos em cada módulo. A utilização de um tema constante permite uma consolidação das aprendizagens.

Real-World Based: o curso não só é lecionado por profissionais ativos na área, como tem uma apresentação constante de casos reais de diferentes indústrias.

Workshops interativos: estes workshops substituem aprendizagens expositivas focados em skills específicos como Brainstorming, Planeamento Estratégico ou elaboração de táticas digitais.

Guest Speakers: são incorporadas nas várias fases Masterclasses com a presença de convidados profissionais com provas dadas no meio. Uma análise constante do que funciona ou não e porquê.

Isto permite maior visibilidade sobre o mundo real e permite networking.

PLANO CURRICULAR

MÓDULO 1 | Marketing e Comunicação: a evolução dos conceitos e stakeholders envolvidos

- Conceitos Base do Marketing mais utilizados
- Conceitos Emergentes
- Teoria da Comunicação
- Ecosistema de Stakeholder no mundo de uma marca. Do cliente às diferentes agências
- Trabalho de Grupo: construção do ecossistema de stakeholders em função das necessidades de uma determinada marca

Módulo 3 | As Audiências e o seu Potencial

- Conceito de Audiência
- Tipologias de Estudos de Audiência
- Tipos de audiências: Demográficas, Psicológicas e Comportamentais
- Análise de Audiências
- Definição de Target/Audiência Potencial
- Representação de um Target e sua Persona
- Representação do Journey de Consumidor
- Realização de Market Research para definir Target/Audiência Potencial para a marca selecionada para o projeto final. Desenvolvimento da Persona

Módulo 5 | Paid and Non-Paid Media

- Contexto da Media em Portugal
- Os diferentes meios e suas funções e características
- Conceitos inerentes a cada meio/canal de comunicação
- Como selecionar canais e alocar budget
- Seleção de canais e definição de budget para a estratégia do projeto final

Módulo 7 | Do Insight à Criatividade

- Briefing Criativo
- O que é um Brainstorming
- Técnicas de Brainstorming
- Desenvolvimento de Conceitos Criativos
- Declinação de Conceitos Criativos
- Criatividade e Eficácia
- Criatividade e Media
- Brainstorming Criativo e sua Declinação para a Marca do Projeto Final

Módulo 2 | Do negócio à Marca

- Definição de Objetivos de Negócio, Marketing e Comunicação
- KPIs Táticos
- Técnicas de Alocação de Budget
- Análise Competitiva e SWOT Analysis (Análise de Case Study)
- Construção de Marca
- Desenvolvimento de uma estratégia de Marca
- Definição do desafio e de Objetivos para a Marca a trabalhar no Projeto Final
- Definição da identidade de marca e posicionamento para a marca selecionada para o projeto final

Módulo 4 | O Ecosistema de Comunicação

- Elementos que compõem um ecossistema de comunicação
- Interligação e Interdependência
- Representação Gráfica de um ecossistema
- Identificar oportunidade e bloqueios
- Validar com o Journey do Consumidor
- Desenhar um draft do potencial Ecossistema da Marca trabalhada no projeto final

Módulo 6 | Estratégia e Planeamento Estratégico

- Diferença entre estratégia e planeamento estratégico
- A importância na clareza dos Objetivos
- Do insight à Plataforma de Comunicação
- Declinação nos canais selecionados
- Arquitetura de Comunicação
- Desenvolvimento do Insight e Plataforma de Comunicação para a Marca do Projeto Final

Módulo 8 | Storytelling

- Técnicas de Storytelling
- Storytelling para Marcas
- Selling Storytelling
- Criar uma narrativa para uma marca. Desenvolvimento do storytelling para o projeto final

Módulo 9 | Branded Content

- Conceito de Branded Content
- Tipos de Branded Content
- Como desenvolver Branded Content
- Produção e Parcerias
- Medição de Branded Content
- Análise de Casos
- Criação de vários formatos/tipos de conteúdos

Módulo 11 | Marketing Digital

- Conceito de Marketing Digital
- Canais Digitais e as suas características e funções
- Addressable e Programmatic
- Social Media Strategy
- Outros Canais Pagos e Não Pagos
- Alinhamento da estratégia digital para o projeto final

Módulo 13 | Estratégias de Medição e Analytical Mindset

- Tipologias de Medição
- Plataformas de Reporting e Análise
- Estratégias de Medição
- Análise de Dados e Valor Acrescentado
- Visualização de Dados
- Criação do Plano de Medição para o Projeto Final

Módulo 10 | Marketing de Influência

- Conceito de Influence Marketing
- Influenciadores e Social Media
- Tipos de Influenciadores
- Construção de Trends e Comunidades
- Ferramentas e Dados
- Análise de Casos
- Pesquisa e seleção de influenciadores para o projeto final

Módulo 12 | Digital Performance

- Conceito de Performance Marketing
- Canais Digitais de Performance e suas características
- Métricas de Performance e Otimização
- Melhoria de Performance de forma Orgânica
- Ecossistema Digital e Negócio
- Tracking de Campanhas e ferramentas Digitais de otimização e analytics
- Cálculo de KPIs e performance de negócio

Módulo 14 | Projeto Final

- Alinhamento e execução do projeto final
- Acompanhamento individual
- Apresentação e Feedback dos Pares
- Apresentação Final ao Júri

CERTIFICAÇÃO

A ETIC é uma entidade formadora certificada pela DGERT, que lhe atribui um reconhecimento global para realizar formação e que é concedida por áreas de educação e formação. Este curso está inserido na modalidade Outra Formação Profissional (OFP).

Os registos das ações de formação são efetuados em SIGO, destinando-se a certificar a conclusão com aproveitamento da ação de formação para alunos com residência em Portugal (Portaria n.º 474/2010).

EQUIPA PEDAGÓGICA

Ana Cardoso

Coordenadora / Professora

Ana Paula Pedro

Professora

Rui Freire

Coordenador

André Louraço

Professor

Managing Director

LinkedIn



RUA D. LUÍS I, 20 D
1200-151 LISBOA.

INFO@ETIC.PT
213 942 140

ETIC.PT
@ETICOFICIAL

Andreia Semedo

Professora

UM Head of Strategy

LinkedIn

Apaixonada por marketing e Publicidade, a Andreia começou a sua carreira dentro do grupo IPG Mediabrands, onde trabalhou durante 7 anos como media planner e 4 anos como planeadora estratégica. Em 2018 abraçou um novo desafio como marketing manager num dos maiores marketplaces em Portugal, no Dott. Em 2022, voltou para a UM como Head of Strategy.

Trabalhou diversos setores durante o seu percurso profissional. Acredita que uma boa estratégia deve ser construída com base no futuro da marca, sempre com foco na medição e nos resultados de negócio.

Helena Galhego

Professora

Growth & Communications Director

LinkedIn

O gosto da Helena pelos números levou-a a estudar Economia na Nova School of Business and Economics. No entanto, depressa descobriu uma paixão por Marketing e Publicidade, especializando-se na área durante o último ano da faculdade. Começou a sua carreira como Media Researcher na Initiative, onde encontrou a combinação perfeita entre análise numérica e pensamento criativo. Pouco depois, teve a oportunidade de trabalhar para a Initiative em Milão, focando-se na implementação de ferramentas globais de otimização e modelling no mercado italiano. Após quatro anos, regressou a Lisboa para gerir o departamento de Insight. Quatro anos mais tarde, transitou para o departamento de Client Service, onde geriu contas de vários setores, incluindo FMCG, Brinquedos, Fragrâncias e Institutos.

Oito anos depois, a Helena estabeleceu o departamento de Business Development na Mediabrands, agora Growth, e atualmente desempenha as funções de Diretora de Growth e Communication, desenvolvendo propostas de media end-to-end e auxiliando no processo de onboarding de novos clientes de uma vasta gama de categorias.

Andreia Ventura

Professora

Project Manager

LinkedIn

Joana Novo

Professora

Digital Media Services Director

LinkedIn

Joana Novo é licenciada em Gestão pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto, e foi na Adclick, Impacting Group que deu em 2012 os primeiros passos no Marketing Digital.

Em 2015 mudou-se para Lisboa para integrar o Grupo Havas onde teve a oportunidade de se especializar em performance marketing com um grande anunciante no mercado nacional, a Cofidis.

Em 2017 abraçou um novo desafio na IPG Mediabrands enquanto responsável pela gestão campanhas de performance do cliente TAP, a operar para 26 mercados a nível internacional.

Ao seu portfolio de clientes acumulam-se outros anunciantes como Galp, Bankintercard Consumer Finance, Ok! Seguros, entre outros, o que lhe permitiu um grande envolvimento em equipas multidisciplinares performance- driven, desenvolvendo uma visão estratégia integrada e de grande proximidade com o negócio dos clientes.

Atualmente assume o cargo de Digital Media Services director, gerindo toda a equipa operacional de planeamento e compra de media digital nas suas diversas áreas e canais.

A inquietude de se diferenciar e de fazer sempre mais e melhor, é o que a diferencia no dia-a-dia profissional.

Madalena Magalhães

Professora

Strategy Director Initiative

LinkedIn

Desde cedo que percebeu que o Marketing e a Publicidade eram a sua paixão.

Licenciou-se em Marketing e Publicidade na Escola Superior de Comunicação Social e desde aí que a media faz parte do seu dia-a-dia. Na agência de meios Wavemaker passou pelas áreas de Consumer Insight, Digital, tendo feito uma digital academy nos headquarters da WMM em Londres, e de onde voltou com a certeza que a sua grande paixão é a área de estratégia, à qual se juntou posteriormente.

Acredita que o que faz a diferença nesta era da “busca pela atenção” é perceber as pessoas e o que as move, descobrindo verdadeiros insights que quando ativados através da sinergia entre inovação, criatividade e media, criam uma relação poderosíssima entre as marcas e os seus consumidores, que mais tarde se refletirá no seu negócio.

Ao longo dos últimos 13 anos consolidou a sua experiência em diversos setores:

Retalho (Pingo Doce), FMCG (Unilever, Super Bock Group, Sumol+Compal, Sogrape, Henkel, Delta, Grupo Calzedonia), Farmacêutico (Bayer, Pfizer), Energético (EDP) e Telecomunicações (Vodafone).

É atualmente a Diretora de Estratégia da agência de meios Initiative.

Olívia Camargo

Head of Strategy da Mediabrands Content Studio e da Kinesso
LinkedIn

Olivia Camargo Carneiro ocupa atualmente o cargo de Head de Estratégia em duas agências do grupo Mediabrands: Kinesso e MBCS, em Lisboa. Ela é membro do Clube de Criatividade de Portugal e do Clube de Criação Brasil, além de atuar como jurada nos prêmios Effie Brasil e Effie Europa.

Especializada em insights baseados em dados, a sua expertise está em preencher a lacuna entre o departamento criativo e a estratégia para gerar ideias inovadoras. Ao longo de uma carreira com mais de 20 anos, Olivia colaborou de perto com clientes globais de renome, como Unilever, Mastercard, Petrobras e Samsung.

Antes de ingressar na indústria publicitária, deixou a sua marca no mundo da produção de media e conteúdo, liderando com sucesso produções de vídeo para a MTV Brasil e atuando como colaboradora-chave na equipe de produção musical do Saxsofunny (São Paulo), o que lhe rendeu três prêmios Cannes Lions em diferentes categorias.

Ricardo Beleza

Professor

Creative Director MediaBrands Content Studio

LinkedIn

Ricardo Beleza, diretor criativo da Mediabrands Content Studio, conta com mais de 13 anos de experiência em Publicidade. Deixou a sua impressão digital em marcas como BMW, McDonald's, Sonae Sierra, Ok Seguros, Eleven/DAZN e Galp.

Destacou-se na construção de campanhas para marcas de renome, algumas delas premiadas, em diferentes meios, como TV, rádio, imprensa e digital, além de conduzir esforços de redesign e design para sistemas de identidade de marca.

Atualmente, lidera uma equipa multidisciplinar composta por criativos, designers, developers e copywriters, desde a conceção até à implementação de histórias envolventes, sendo responsável pela gestão do processo criativo.

Rui Almeida

Professor

Insights & Marketing Sciences Director at IPG Mediabrands

Portugal

LinkedIn

Rui Almeida é um profissional de marketing e media com uma impressionante carreira de 30 anos de experiência, marcando presença em diversas áreas do setor. Com passagens por agências criativas e agências de meios, Rui consolidou uma vasta expertise nas áreas de marketing research e marketing intelligence. Além disso, a sua contribuição para o maior retalhista português, onde desempenhou funções como responsável de estudos de mercado, evidencia a sua capacidade de análise profunda e compreensão abrangente do panorama empresarial.

Para além do seu sucesso no mundo corporativo, Rui Almeida dedica-se também à formação na área, tendo sido professor convidado na Porto Business School e participa frequentemente como orador em conferências.

Teresa Morgado

Professora

Managing Director

LinkedIn

Vítor Cardoso

Professor

SAÍDAS PROFISSIONAIS

- Departamentos de Marketing e Comunicação;
- Unidades de Marketing e Comunicação Digital das empresas;
- Startups, projetos de eCommerce;
- Freelancers e empreendedores;
- Agências criativas;
- Agências de Branding;
- Agências de Comunicação e PR;
- Integração em agências digitais, web e publicidade online;
- Agências de Marketing Digital;
- Consultor e gestor de redes sociais.

CANDIDATURA

Como iniciar a minha candidatura?

> Clicar no botão CANDIDATURAS e preencher o formulário.

Irá receber um email de confirmação com o passo seguinte.

Caso necessite mais informação, por favor contacte-nos.

CONDIÇÕES

INSCRIÇÃO*: 180€

PRESTAÇÕES: 4 x 450€

PRONTO PAGAMENTO: 1.620€
(desconto de 10% incluído)

CIDADÃOS SEM RESIDÊNCIA FISCAL EM TERRITÓRIO NACIONAL:

Pronto pagamento: 1.620€ (desconto de 10% incluído)

DESCONTOS:

PRONTO PAGAMENTO → 10% | EX-ALUNOS → 6% | PARCERIAS → conforme protocolos estabelecidos

*Valor a liquidar no ato de matrícula e não reembolsável, exceto em caso de não abertura do curso.
Os preços e condições e pagamento podem sofrer alterações até ao início das inscrições.

Pode beneficiar ainda de 750€ de desconto, através do **Cheque Formação + Digital**, no âmbito do Programa de Recuperação e Resiliência (PRR)

Informações e candidatura >> [AQUI](#)

Existem vários programas de financiamento à formação em diversas instituições bancárias: Caixa Geral de Depósitos, Santander, Banco CTT, BPI, entre outros.

CONDIÇÕES GERAIS

Os preços e condições de pagamento podem sofrer alterações até ao início das inscrições. A abertura de cada curso/turma/horário está condicionada a um número mínimo de inscrições. A inscrição no horário pretendido é limitada ao número de vagas disponíveis.

O ensino é presencial e projetual. O programa do curso inclui aulas sem professor para desenvolvimento de exercícios autónomos e práticas projetuais. O trabalho autónomo ou projetual é importante para o progresso do aluno nas suas aprendizagens.

Os professores podem solicitar o desenvolvimento de trabalhos fora do horário estabelecido para as aulas.

Eventualmente podem ser marcadas aulas fora do horário estabelecido, por exemplo para responder a projetos que exigem essa flexibilidade, para atender a necessidades de equipamento específicas dos projetos, para resposta a exercícios feitos em contexto real com parceiros, ou por qualquer outro motivo que apoie a melhor consecução do programa.

As aulas técnicas específicas e/ou workshops podem ocorrer aos sábados.

A duração de cada aula pode variar em função da sua natureza teórica ou prática.

A turma pode ser dividida em grupos para melhor aprendizagem e intensificação do desenvolvimento de projetos e matérias.

O programa curricular e o elenco de professores do curso podem ser alterados por razões de adequação pedagógica ou por motivos de força maior.

Para mais informações contacte-nos.



RUA D. LUÍS I, 20 D
1200-151 LISBOA.

INFO@ETIC.PT
213 942 140

ETIC.PT
@ETICOFICIAL