

# Curso de Especialização Branding





## Curso de Especialização Branding

- » Modalidade: Online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 24 ECTS
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: [www.techtute.com/pt/design/curso-especializacao/curso-especializacao-branding](http://www.techtute.com/pt/design/curso-especializacao/curso-especializacao-branding)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 12*

04

Metodologia

---

*pág. 20*

05

Certificação

---

*pág. 28*

01

# Apresentação

O Branding ou o desenvolvimento de marcas é uma das áreas de trabalho mais procuradas no design gráfico. Nesta qualificação especificamente criada para os profissionais do setor, adquirirá as competências necessárias para trabalhar com confiança e solvência. Para o efeito, é oferecida a oportunidade de adquirir as competências de um profissional especializado através de uma capacitação que garantirá o crescimento profissional sem problemas de conciliação. Uma oportunidade única de desenvolvimento e de promoção.



Dictionary

**brand**

cast **marketing** charac

pecial • variety • new • business id

cts that are all made by a particular company and all have a pa

omething

a animal (such as a cow) to show who own

Translator  
cter.class  
**ideas**  
rticular name  
s the animal

“

*Um percurso educativo de elevada intensidade  
que lhe permitirá desenvolver-se em Branding com  
a solvência dos melhores profissionais do setor”*

Este Curso de Especialização em Branding foi estruturado para oferecer um processo de capacitação interessante, interativo e, sobretudo, muito eficaz em tudo o que está relacionado com este setor. Para isso, é oferecido um percurso de crescimento muito claro e contínuo, que também é 100% compatível com outras profissões.

Através de uma metodologia exclusiva, este Curso de Especialização levá-lo-á a conhecer todas as formas de trabalhar em Branding que o profissional necessita para se manter na vanguarda e conhecer os fenómenos de mudança desta forma de comunicação.

Por isso, esta capacitação abordará os aspetos que um designer precisa de conhecer para planear, desenvolver e finalizar um Branding completo. Um caminho educativo que irá aumentar as competências do aluno para o ajudar a alcançar os desafios de um profissional de primeira linha.

O Curso de Especialização em Branding é apresentado como uma opção viável para um profissional que decida trabalhar independentemente, mas também fazer parte de qualquer organização ou empresa. Uma via interessante de desenvolvimento profissional que beneficiará dos conhecimentos específicos que agora colocamos à sua disposição nesta qualificação.

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

- ◆ Desenvolvimento de grande quantidade de casos práticos apresentados por especialistas
- ◆ Conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático
- ◆ Novos e vanguardistas desenvolvimentos nesta área
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Metodologias inovadoras e altamente eficientes
- ◆ Lições teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre temas controversos e tarefas individuais de reflexão
- ◆ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à *internet*



*Este programa permitir-lhe-á melhorar as suas capacidades e atualizar os seus conhecimentos sobre Branding”*

“

*Todos os conhecimentos necessários para o profissional de design gráfico nesta área, compilados num Curso de Especialização de elevada eficácia pedagógica que otimizará o seu esforço com os melhores resultados”*

O desenvolvimento deste programa está centrado na prática da aprendizagem teórica proposta. Através dos sistemas de ensino mais eficazes e métodos comprovados importados das universidades mais prestigiadas do mundo, poderá adquirir novos conhecimentos de uma forma eminentemente prática. Desta forma, o foco está na conversão do esforço em competências reais e imediatas.

O sistema online é outro dos pontos fortes desta proposta de capacitação. Com uma plataforma interativa que se beneficia dos últimos avanços tecnológicos, nós lhe oferecemos as ferramentas digitais mais interativas. Desta forma, podemos oferecer-lhe uma forma de aprendizagem totalmente adaptável às suas necessidades, para que possa combinar perfeitamente esta capacitação com a sua vida pessoal ou profissional.

*Uma capacitação desenvolvida para que você possa aplicar o conhecimento adquirido em sua prática diária de forma quase imediata.*

*Uma aprendizagem prática e intensiva que lhe dará todas as ferramentas necessárias para trabalhar nesta área, num Curso de Especialização específico e concreto.*



# 02 Objetivos

O objetivo deste Curso de Especialização em Branding é oferecer aos profissionais uma forma completa de adquirir conhecimentos e competências para o exercício profissional neste setor, com a segurança de aprender com os melhores e com uma forma de aprendizagem baseada na prática que lhes permitirá concluir a especialização com os conhecimentos necessários para realizar o seu trabalho com total segurança e competência.

INBOUND  
MARKET  
STRAT





ND  
ETING  
EGY



“

*O nosso objetivo é simples: ajudá-lo a obter a atualização mais completa num Curso de Especialização completamente compatível com as suas obrigações profissionais e pessoais”*



## Objetivo geral

---

- ♦ Aprender todos os aspetos da criação de Branding em todos os diferentes tipos de meios em que se pode desenvolver

“

*Uma oportunidade criada para os profissionais que procuram um programa intensivo e eficaz para darem um passo significativo no exercício da sua profissão”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Introdução à cor

- ◆ Compreender a importância da cor no ambiente visual
- ◆ Adquirir a capacidade de observar, organizar, discriminar e gerir a cor
- ◆ Aplicar os fundamentos psicológicos e semióticos da cor na conceção
- ◆ Capturar, manipular e preparar a cor para utilização em meios físicos e virtuais
- ◆ Adquirir a capacidade de formular juízos independentes, por meio de argumentos
- ◆ Saber documentar, analisar e interpretar fontes documentais e literárias com os seus próprios critérios

### Módulo 2. Imagem corporativa

- ◆ Compreender os conceitos básicos que fazem parte da política de comunicação de uma organização: a sua identidade, a sua cultura, a forma como comunica, a sua imagem, a sua marca, a sua reputação e a sua responsabilidade social
- ◆ Perceber quais as áreas estratégicas que um *designer* gráfico deve gerir no processo comunicativo da identidade gráfica e visual das marcas
- ◆ Conhecer as ferramentas e estratégias teórico-práticas que facilitam a gestão da comunicação empresarial e institucional em organizações de todo o tipo
- ◆ Saber selecionar corretamente um método de organização da informação e comunicação para o uso adequado de uma marca
- ◆ Investigar e identificar os elementos mais significativos da empresa-cliente, bem como as suas necessidades para a criação de estratégias e mensagens comunicativas
- ◆ Desenvolver um sistema regulamentado por normas gráficas básicas baseadas em elementos de identidade visual/marca

### Módulo 3. Criação de portefólio

- ◆ Criar narrativas audiovisuais aplicando corretamente critérios de usabilidade e interatividade
- ◆ Identificar a figura do *designer* no mercado de trabalho
- ◆ Conhecer técnicas, métodos, ferramentas e redes para promover o trabalho pessoal
- ◆ Compreender o protocolo ético a ser seguido na prática profissional
- ◆ Ser capaz de identificar os próprios pontos fortes e fracos
- ◆ Saber valorizar economicamente o próprio trabalho

### Módulo 4. Tipografia

- ◆ Conhecer os princípios sintáticos da linguagem gráfica e aplicar as suas regras para descrever objetos e ideias de forma clara e precisa
- ◆ Conhecer a origem das letras e a sua importância histórica
- ◆ Reconhecer, estudar e aplicar a tipografia aos processos gráficos de forma coerente
- ◆ Conhecer e aplicar os fundamentos estéticos da tipografia
- ◆ Saber analisar a disposição dos textos no objeto de *design*

03

# Estrutura e conteúdo

A estrutura dos conteúdos foi concebida por uma equipa de profissionais, conscientes da atual relevância da capacitação para avançar no mercado de trabalho com segurança e competitividade, e para exercer a sua profissão com a excelência que só a melhor qualificação permite.

INBOU  
MARKE  
STRAT



STRATEGY



VISITORS



LEADS

# UND ETING EGY



CUSTOM



“

*Este Curso de Especialização em Branding conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado”*

## Módulo 1. Introdução à cor

- 1.1. Cor, princípios e propriedades
  - 1.1.1. Introdução à cor
  - 1.1.2. Luz e cor: sinestesia cromática
  - 1.1.3. Atributos da cor
  - 1.1.4. Pigmentos e corantes
- 1.2. Cores no círculo cromático
  - 1.2.1. O círculo cromático
  - 1.2.2. Cores frias e quentes
  - 1.2.3. Cores primárias e derivadas
  - 1.2.4. Relações cromáticas: harmonia e contraste
- 1.3. Psicologia da cor
  - 1.3.1. Construção do significado de uma cor
  - 1.3.2. Carga emocional
  - 1.3.3. Valores denotativos e conotativos
  - 1.3.4. *Marketing* emocional. Carga da cor
- 1.4. Teoria das cores
  - 1.4.1. Uma teoria científica. Isaac Newton
  - 1.4.2. A teoria das cores de Goethe
  - 1.4.3. Aderir à teoria das cores de Goethe
  - 1.4.4. Psicologia da cor de acordo com Eva Heller
- 1.5. Insistir na classificação da cor
  - 1.5.1. O cone duplo de Wilhelm Ostwald
  - 1.5.2. O sólido de Albert Munsell
  - 1.5.3. O cubo de Alfredo Hicethier
  - 1.5.4. O triângulo CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)



- 1.6. O estudo individual das cores
  - 1.6.1. Branco e preto
  - 1.6.2. Cores neutras. A escala de cinza
  - 1.6.3. Monocromático, duocromático, policromático
  - 1.6.4. Aspectos simbólicos e psicológico das cores
- 1.7. Modelos a cor
  - 1.7.1. Modelo subtrativo. Modo CMYK
  - 1.7.2. Modelo aditivo. Modo RGB
  - 1.7.3. Modelo HSB
  - 1.7.4. Sistema Pantone. A pantoneira
- 1.8. De Bauhaus a Murakami
  - 1.8.1. A Bauhaus e os seus artistas
  - 1.8.2. Teoria da Gestalt ao serviço da cor
  - 1.8.3. Josef Albers. A interação da cor
  - 1.8.4. Murakami, as conotações da ausência de cor
- 1.9. A cor no projeto de *design*
  - 1.9.1. Pop Art. A cor das culturas
  - 1.9.2. Criatividade e cor
  - 1.9.3. Artistas contemporâneos
  - 1.9.4. Análise de diferentes óticas e perspetivas
- 1.10. Gestão das cores no ambiente digital
  - 1.10.1. Espaços de cor
  - 1.10.2. Perfis de cor
  - 1.10.3. Calibração de monitores
  - 1.10.4. O que devemos ter em conta

## Módulo 2. Imagem corporativa

- 2.1. A identidade
  - 2.1.1. Ideia de identidade
  - 2.1.2. Porque procuramos a identidade?
  - 2.1.3. Tipos de identidade
  - 2.1.4. Identidade digital
- 2.2. Identidade corporativa
  - 2.2.1. Definição Porquê ter uma identidade corporativa?
  - 2.2.2. Fatores que influenciam a identidade corporativa
  - 2.2.3. Componentes da identidade corporativa
  - 2.2.4. Comunicação da identidade
  - 2.2.5. Identidade corporativa, branding, imagem corporativa
- 2.3. Imagem corporativa
  - 2.3.1. Características da imagem corporativa
  - 2.3.2. Para que serve a imagem corporativa?
  - 2.3.3. Tipos de imagem corporativa
  - 2.3.4. Exemplos
- 2.4. Os sinais básicos de identificação
  - 2.4.1. Nome ou denominação
  - 2.4.2. Logótipos
  - 2.4.3. Monogramas
- 2.5. Fatores de memorização da identidade
  - 2.5.1. Originalidade
  - 2.5.2. Valor simbólico
  - 2.5.3. Pregância
  - 2.5.4. Repetição

- 2.6. Metodologia para o processo de criação de uma marca
  - 2.6.1. Estudo do setor e da concorrência
  - 2.6.2. Briefing, modelo
  - 2.6.3. Definir estratégia e personalidade da marca. Os valores
  - 2.6.4. Público-alvo
- 2.7. O cliente
  - 2.7.1. Intuir como é o cliente
  - 2.7.2. Tipologias de clientes
  - 2.7.3. O processo de reunião
  - 2.7.4. A importância de conhecer o cliente
  - 2.7.5. Instauração de um orçamento
- 2.8. Manual de identidade corporativa
  - 2.8.1. Normas de construção e aplicação da marca
  - 2.8.2. Tipografia corporativa
  - 2.8.3. Cores corporativas
  - 2.8.4. Outros elementos gráficos
  - 2.8.5. Exemplos de manuais empresariais
- 2.9. *Redesign* da identidade
  - 2.9.1. Razões para optar pelo *redesign* de uma identidade
  - 2.9.2. Gerir uma mudança na identidade corporativa
  - 2.9.3. Boas práticas. Referências visuais
  - 2.9.4. Más práticas. Referências visuais
- 2.10. Projeto de identidade da marca
  - 2.10.1. Apresentação e explicação do projeto. Referências
  - 2.10.2. *Brainstorming*. Análise de mercado
  - 2.10.3. Público-alvo, valor da marca
  - 2.10.4. Primeiras ideias e esboços. Técnicas criativas
  - 2.10.3. Estabelecimento do projeto. Tipografias e cores
  - 2.10.4. Entrega e correção de projetos

### Módulo 3. Criação de portefólio

- 3.1. O portefólio
  - 3.1.1. O portefólio como carta de apresentação
  - 3.1.2. A importância de um bom portefólio
  - 3.1.3. Orientação e motivação
  - 3.1.4. Conselhos práticos
- 3.2. Características e elementos
  - 3.2.1. O formato físico
  - 3.2.2. O formato digital
  - 3.2.3. O uso de mockups
  - 3.2.4. Erros comuns
- 3.3. Plataformas digitais
  - 3.3.1. Comunidades de aprendizagem contínua
  - 3.3.2. Redes Sociais: Twitter, Facebook, Instagram
  - 3.3.3. Redes Profissionais: LinkedIn, Infojobs
  - 3.3.4. Portefólios na Cloud: Behance
- 3.4. O *designer* no esquema laboral
  - 3.4.1. Oportunidades de carreira para um *designer*
  - 3.4.2. Agências de *design*
  - 3.4.3. *Design* gráfico empresarial
  - 3.4.4. Casos de sucesso
- 3.5. Como apresentar-se profissionalmente?
  - 3.5.1. Manter-se atualizado, em constante reciclagem
  - 3.5.2. O *Curriculum Vitae* e a sua importância
  - 3.5.3. Erros comuns num *Curriculum Vitae*
  - 3.5.4. Como criar um bom *Curriculum Vitae*?



- 3.6. Os novos consumidores
  - 3.6.1. A percepção de valor
  - 3.6.2. Definir o seu público-alvo
  - 3.6.3. Mapa de empatia
  - 3.6.4. Relações pessoais
- 3.7. A minha marca pessoal
  - 3.7.1. Empreendedorismo: A procura de um sentido
  - 3.7.2. Transforme a sua paixão num trabalho
  - 3.7.3. O ecossistema em torno da sua atividade
  - 3.7.4. O modelo Canvas
- 3.8. A identidade visual
  - 3.8.1. O Naming
  - 3.8.2. Os valores de uma marca
  - 3.8.3. Os grandes temas
  - 3.8.4. *Moodboard*. O uso do Pinterest
  - 3.8.5. Análise de fatores visuais
  - 3.8.6. Análise de fatores temporais
- 3.9. Ética e responsabilidade
  - 3.9.1. Decálogo ético para a prática do *design*
  - 3.9.2. Direitos de autor
  - 3.9.3. *Design* e objeção de consciência
  - 3.9.4. O “bom” *design*
- 3.10. O preço do seu trabalho
  - 3.10.1. Precisa de dinheiro para viver?
  - 3.10.2. Contabilidade básica para empreendedores
  - 3.10.3. Tipos de despesas
  - 3.10.4. Preço/hora. Preço da venda ao público

## Módulo 4. Tipografia

- 4.1. Introdução à tipografia
  - 4.1.1. O que é a tipografia?
  - 4.1.2. O papel da tipografia no *design* gráfico
  - 4.1.3. Sequência, contraste, forma e contraforma
  - 4.1.4. Relação e diferenças entre tipografia, caligrafia e *criação de letras*
- 4.2. As múltiplas origens da escrita
  - 4.2.1. A escrita ideográfica
  - 4.2.2. O alfabeto fenício
  - 4.2.3. O alfabeto romano
  - 4.2.4. A reforma carolíngia
  - 4.2.5. O alfabeto latino moderno
- 4.3. Os primórdios da tipografia
  - 4.3.1. A imprensa, uma nova era. Primeiros tipógrafos
  - 4.3.2. A revolução industrial: a litografia
  - 4.3.3. O modernismo: os primórdios da tipografia comercial
  - 4.3.4. A vanguarda
  - 4.3.5. Período entre guerras
- 4.4. O papel das escolas de *design* na tipografia
  - 4.4.1. A Bauhaus
  - 4.4.2. Herbert Bayer
  - 4.4.3. Psicologia de Gestalt
  - 4.4.4. A escola suíça
- 4.5. Tipografia de atual
  - 4.5.1. 1960–1970, precursores da revolta
  - 4.5.2. Pós-modernismo, desconstrutivismo e tecnologia
  - 4.5.3. Para onde se dirige a tipografia?
  - 4.5.4. Tipografias que definem tendências

- 4.6. Forma tipográfica I
  - 4.6.1. Anatomia da letra
  - 4.6.2. Tamanhos e atributos do tipo
  - 4.6.3. Famílias tipográficas
  - 4.6.4. Maiúsculas, minúsculas e versaletes
  - 4.6.5. Diferença entre tipografia, fonte e família tipográfica
  - 4.6.6. Filetes, linhas e elementos geométricos
- 4.7. Forma tipográfica II
  - 4.7.1. A combinação tipográfica
  - 4.7.2. Formatos de tipos de letras (PostScript-TrueType-OpenType)
  - 4.7.3. Licenças tipográficas
  - 4.7.4. Quem deve comprar a licença, cliente ou designer?
- 4.8. Correção de tipográfica. Composição de textos
  - 4.8.1. Espaçamento entre letras. *Tracking e kerning*
  - 4.8.2. Espaçamento entre palavras. O *quadratim*
  - 4.8.3. Espaçamento entre linhas
  - 4.8.4. Corpo da letra
  - 4.8.5. Atributos do texto
- 4.9. O desenho de letras
  - 4.9.1. O processo criativo
  - 4.9.2. Materiais tradicionais e digitais
  - 4.9.3. A utilização do *tablet* gráfico e do *iPad*
  - 4.9.4. Tipografia digital: esboços e *bitmaps*
- 4.10. Cartazes tipográficos
  - 4.10.1. Caligrafia como base para o desenho de letras
  - 4.10.2. Como criar uma composição tipográfica que tenha impacto?
  - 4.10.3. Referências visuais
  - 4.10.4. A fase do esboço
  - 4.10.5. Projeto



**B**  
**U**  
**S**  
**I**  
**D** **I** **N** **G**  
**J** **N** **E**  
**A** **E** **S** **S**

“

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

04

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”*



*Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.*



*O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.*

## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.



*O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.*

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.





No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

*O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.*

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



#### Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



#### Práticas de aptidões e competências

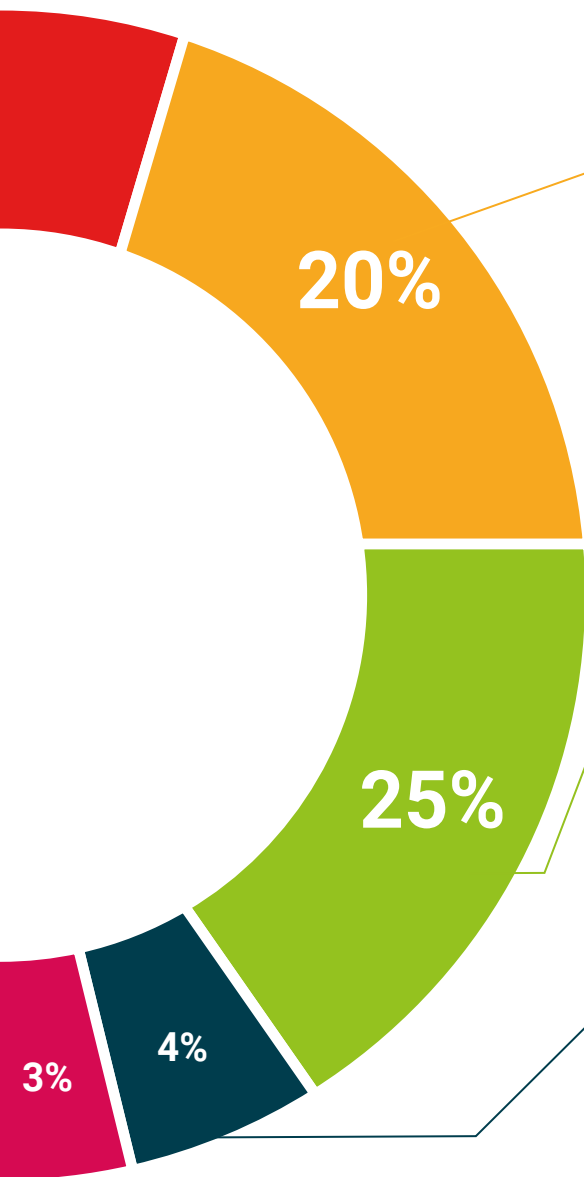
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



#### 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 necessita para completar a sua capacitação.





#### Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



#### Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



#### Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



05

# Certificação

O Curso de Especialização em Branding garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um 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 Branding** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

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

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

Certificação: **Curso de Especialização em Branding**

ECTS: **24**

Carga horária: **600 horas**



\*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



## Curso de Especialização Branding

- » Modalidade: Online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 24 ECTS
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

# Curso de Especialização Branding

# Brand

