

Curso

Branded Content: as Marcas como Publishers





Curso

Branded Content: as Marcas como Publishers

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 6 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso/branded-content-marcas-publishers

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 22

06

Certificação

pág. 30

01

Apresentação

Numa sociedade sobressaturada pela publicidade, as marcas têm de procurar novas formas de transmitir mensagens ao seu público potencial. Neste sentido, o *Branded Content* é um grande aliado das empresas, pois permite-lhes levar ao público um conteúdo diferente que não é percebido como comercial. Desta forma, aproximam-se do seu público e estabelecem uma melhor relação com ele. Por este motivo, este Curso da TECH centra-se na qualificação de profissionais de comunicação nas estratégias mais eficazes para a criação de conteúdos de marca que permitam à empresa estabelecer uma ligação com os seus consumidores. No final do Curso, o aluno terá adquirido as competências fundamentais desta disciplina e estará apto a exercer com êxito a sua profissão.



“

Crie mensagens poderosas ligadas aos valores da marca e torne-se num ativo indispensável para a organização com este completo Curso”

O chamado *Branded Content* tornou-se, sem dúvida, um meio muito eficaz de chegar a potenciais audiências num mercado sobressaturado de publicidade. Assim, graças a peças de comunicação que definem os valores da marca, geram conversa com o público e mostram o valor acrescentado do produto ou serviço, as empresas conseguem mudar a perceção que o público tem delas, deixando de ser vistas como uma mera entidade comercial e passando a gerar uma ligação com as pessoas.

Compreendendo a importância do *Branded Content*, a TECH concebeu este Curso no qual, em apenas 6 semanas, o aluno será capaz de fazer uma abordagem aprofundada a esta disciplina complexa. Durante o Curso, serão abordados temas que vão desde a análise do método tradicional de publicidade até ao *Branded Content* na estratégia de marketing *mix*, passando pelos métodos mais eficazes de reprodução de conteúdos de marca.

Assim, no final do Curso, o aluno terá adquirido as competências para trabalhar como gestor de *Branded Content* em grandes empresas ou no seu próprio projeto profissional, alcançando grandes resultados. Tudo isto sem sair de casa, 100% online e com a comodidade de poder estudar onde, como e quando quiser.

Este **Curso de Branded Content: as Marcas como Publishers** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Comunicação
- ♦ Os seus conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos fornecem informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para a prática profissional
- ♦ As novidades em matéria de branded content
- ♦ Os exercícios práticos em que o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ A sua ênfase especial nas metodologias inovadoras em comunicação transmedia
- ♦ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas
- ♦ As lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet



Aprenda a aplicar o Branded Content em diferentes formatos e canais de difusão e posicionar-se-á como um profissional completo e muito procurado"

“

Graças a este Curso, compreenderá como o Branded Content é integrado na estratégia de marketing e comunicação de uma marca”

O corpo docente do Curso inclui profissionais do setor da Comunicação que contribuem com a experiência do seu trabalho, bem como especialistas reconhecidos de empresas de referência e universidades de prestígio.

Os seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirão ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais.

A estrutura deste Curso centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem durante o curso. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas reconhecidos.

Estude na TECH e faça crescer a sua carreira com a metodologia de ensino online mais premiada do mercado.

Aprenderá a criar mensagens poderosas e a criar a conexão necessária com o seu público.



02

Objetivos

Compreendendo que o termo *Branded Content* é relativamente novo e que muitos profissionais de comunicação ainda não estão familiarizados com a disciplina, a TECH concebeu este Curso que visa lançar as bases que definem o *Branded Content*, os seus métodos de ação mais eficazes e como medir os seus resultados. Uma oportunidade única para aprender tudo sobre uma área em expansão e posicionar-se na vanguarda do setor.





“

Quer aprender a conceber mensagens únicas e a melhorar a percepção da sua marca? Estudando na TECH, poderá consegui-lo"



Objetivo geral

- ♦ Saber o que é o *Branded Content*, como funciona e a sua integração na estratégia empresarial

“

Aprenda mais sobre os diferentes formatos, géneros e canais de comunicação do Branded Content e tornar-se-á num profissional muito mais competente”





Objetivos específicos

- ♦ Aprofundar conhecimentos sobre branded content no *mix* de comunicação num contexto de sobressaturação publicitária
- ♦ Efetuar uma análise aprofundada das diferenças entre publicidade e *Branded Content* e do âmbito deste último (criação, formatos, medição)

03

Direção do curso

Para este Curso, a TECH reuniu uma equipa de profissionais de topo que ensinará aos alunos tudo o que está relacionado com o branded content. Especialistas em Gestão, Comunicação e Marketing que poderão fornecer aos alunos uma visão atual e totalmente nova dos campos de ação da disciplina. Assim, no final do Curso, o aluno terá adquirido as ferramentas necessárias para trabalhar com sucesso nesta área.



“

Aprender com a experiência dos melhores especialistas do setor é uma garantia de sucesso a longo prazo. Isto só é possível estudando na TECH"

Diretora Convidada Internacional

O nome de Magda Romanska é inconfundível no campo das Artes Cênicas e dos Meios de Comunicação Social a uma escala internacional. A par de outros projetos, esta especialista foi Investigadora Principal do metaLAB da Universidade de Harvard e preside ao Seminário de Artes Transmídia do reconhecido Mahindra Humanities Center. Desenvolveu também numerosos estudos ligados a instituições como o Centro de Estudos Europeus e o Centro Davis de Estudos Russos e Eurasiáticos.

As suas linhas de trabalho centram-se na interseção da arte, das humanidades, da tecnologia e da narrativa transmídia. Este quadro abrangente inclui também a dramaturgia multiplataforma e metaverso, e a interação entre humanos e Inteligência Artificial na performance. A partir dos seus estudos aprofundados nestes domínios, criou a Drametrics, uma análise quantitativa e computacional de textos dramáticos.

É também fundadora, diretora-geral e editora-chefe do TheTheatreTimes.com, o maior portal digital de teatro do mundo. Lançou também o Performap.org, um mapa digital interativo de festivais de teatro, financiado pelo Laboratório de Humanidades Digitais de Yale e por uma bolsa de inovação da LMDA. Foi também responsável pelo desenvolvimento do International Online Theatre Festival (IOTF), um festival anual de teatro em **streaming** a nível mundial, que até à data atingiu mais de um milhão de participantes. Além disso, esta iniciativa foi galardoada com o Segundo Prémio Internacional Cultura Online para “Melhor Projeto Online”, escolhido entre 452 outras propostas de 20 países.

A Sra. Romanska foi também galardoada com as bolsas MacDowell, Apothetae e Lark Theatre Playwriting Fellowships da Fundação Time Warner. Recebeu também o PAHA Creative Award e o Elliott Hayes Award para Excelência em Dramaturgia. Recebeu também prémios da Associação Americana de Investigação Teatral e da Associação de Estudos Polacos.



Sra. Romanska, Magda

- Investigadora Principal no metaLAB de Harvard, Boston, EUA
- Diretora Executiva e Editora-Chefe do TheTheatreTimes.com
- Investigadora Associada no Centro Minda de Estudos Europeus, Gunzburg, Alemanha
- Investigadora Associada no Centro Davis de Estudos Russos e Eurasiáticos
- Professora Catedrática de Artes Cénicas no Emerson College
- Professora Catedrática Associada do Centro Berkman para a Internet e a Sociedade
- Doutoramento em Teatro, Cinema e Dança pela Universidade de Cornell
- Mestrado em Pensamento Moderno e Literatura pela Universidade de Stanford
- Licenciada pela Yale School of Drama e pelo Departamento de Literatura Comparada
- Presidente do Seminário de Artes Transmedia do Mahindra Humanities Center
- Membro de: Conselho Consultivo do Digital Theatre+

“

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

Direção



Doutor Regueira, Javier

- ♦ VP e cofundador da Asociación Española de Branded Content
- ♦ Diretor-geral da Agência Especializada em Branded Content ZOND (parte do MIO Group)
- ♦ Professor na Universidade Pontificia Comillas, ESDEN, Esic, Inesdi, The Valley
- ♦ Antigo Diretor de Marketing na BDF Nivea e na Imperial Tobacco
- ♦ Autor, *blogger* e orador na TEDx
- ♦ Doutoramento em Branded Content
- ♦ Diplomado em Ciências Económicas Europeas ICADE E4
- ♦ Mestrado em Marketing

Professores

Dra. Ugidos Álvarez, Susana

- ♦ Vasta experiência profissional em estratégia de conteúdos
- ♦ Licenciatura em Gestão Comercial e Marketing
- ♦ Cursos de pós-graduação em Desenvolvimento de Gestão, Branded Content e Transmedia, e Marketing Digital e Design Thinking

Doutora Montoya Rubio, Alba

- ♦ Especialista em Redes e Comunicação, APunt (Corporación Valenciana de Medios de Comunicación)
- ♦ Professora colaboradora na UOC
- ♦ Doutoramento em Música e Cinema, Universidade de Barcelona
- ♦ Licenciatura em Comunicação Audiovisual pela Universidade Pompeu Fabra, Barcelona
- ♦ Mestrado em Música como Arte Interdisciplinar, Universidade de Barcelona



04

Estrutura e conteúdo

Os conteúdos deste Curso foram concebidos para serem ministrados num formato 100% online e em 6 semanas de estudo. A partir deles, será aprofundado o papel das marcas como Publishers e os diferentes formatos, métodos e canais de promoção que fazem do *Branded Content* uma opção altamente eficaz para fidelizar o público à marca. Uma oportunidade única para aprender tudo o que precisa para trabalhar com sucesso como Gestor de *Branded Content*.





“

Estudará ao seu próprio ritmo, sem se deslocar e tornar-se-á num melhor profissional graças à TECH"

Módulo 1. *Branded Content*: as marcas como Publishers

- 1.1. O modelo publicitário tradicional: *push*
 - 1.1.1. Aspectos fundamentais das estratégias de comunicação *push*
 - 1.1.2. Origens e evolução
 - 1.1.3. O futuro das estratégias *push*
- 1.2. O novo modelo *pull*
 - 1.2.1. Aspectos fundamentais das estratégias de comunicação *pull*
 - 1.2.2. Origens e contexto atual
 - 1.2.3. Chaves para o sucesso
- 1.3. *Branded Content*
 - 1.3.1. *Branded content*, marketing de conteúdos e publicidade nativa
 - 1.3.2. Como identificar *Branded Content*?
- 1.4. As marcas como Publishers: implicações
 - 1.4.1. A nova cadeia de valor
 - 1.4.2. Implicações
 - 1.4.3. Modelos
- 1.5. O *Branded Content* e o seu papel no *mix* de comunicação
 - 1.5.1. Contexto atual
 - 1.5.2. *Branded content* e objetivo da marca
 - 1.5.3. Casos inspiradores
- 1.6. A coexistência de conteúdos e publicidade
 - 1.6.1. Diferenças
 - 1.6.2. Contribuição para o valor da marca
 - 1.6.3. Exemplos de coexistência



- 1.7. *Branded content*: formatos e géneros
 - 1.7.1. Géneros
 - 1.7.2. Outras abordagens, outros géneros
 - 1.7.3. Formatos
- 1.8. Metodologia de criação de *Branded Content*
 - 1.8.1. Estratégia
 - 1.8.2. Ideação
 - 1.8.3. Produção
- 1.9. A importância da promoção em conteúdos de marca
 - 1.9.1. Metodologia
 - 1.9.2. Fases
 - 1.9.3. Formatos
- 1.10. Medir a eficácia do *Branded Content*
 - 1.10.1. Como medir um projeto de BC?
 - 1.10.2. Medição qualitativa e quantitativa
 - 1.10.3. Métricas e KPI's

“

Ofereça uma experiência de comunicação única aos espetadores graças aos seus conhecimentos superiores em narrativa transmedia”

05

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.



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

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-se 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 especializados.

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.



06

Certificação

O Curso de Branded Content: as Marcas como Publishers garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso 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 Branded Content: as Marcas como Publishers** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Curso** 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 Branded Content: as Marcas como Publishers**

Modalidade: **online**

Duração: **6 semanas**

ECTS: **6**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o 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 simulação

tech universidade
tecnológica

Curso

Branded Content: as
Marcas como Publishers

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 6 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso

Branded Content: as Marcas como Publishers