



Escola Superior de Tecnologia  
e Gestão de Viseu  
A melhor Escola para os  
melhores Alunos



Início | Escola ▼ | Estudar ▼ | Ligação ao Exterior ▼ | Investigação ▼ | Internacional ▼ | Viver ESTGViseu ▼ | | | Pesquisar...

## Agenda

« Setembro 2020 »

D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Portal Académico

Moodle@ESTGV

Avaliação e Qualidade

IPV

Provedor do Estudante

Publicitação Institucional

Publicitação de Atos  
Plano de Gestão de Riscos  
de Corrupção e Infrações  
Conexas

## Ficha Da Unidade Curricular

### Informações Gerais

Ano Letivo	201920																
Unidade Curricular	Branding																
Código	1186																
Departamento/área responsável	Management Department																
Área científica	Marketing																
ECTS	4																
Ano curricular	2																
Semestre curricular	2º Semestre																
Regime de frequência	Obrigatório																
Docentes	Suzanne Fonseca Amaro Nuno Filipe Esteves Videira																
Frequência como disciplina isolada?	Não																
Horas de contacto	<table><thead><tr><th>T</th><th>TP</th><th>PL</th><th>TC</th><th>S</th><th>E</th><th>OT</th><th>O</th></tr></thead><tbody><tr><td>-</td><td>19,5</td><td>19,5</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></tbody></table> <p>T - Teórico; TP - Teórico-Prático; PL - Prática e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outras;</p>	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	-	19,5	19,5	-	-	-	-	-
T	TP	PL	TC	S	E	OT	O										
-	19,5	19,5	-	-	-	-	-										
Tempo total de trabalho (horas)	106																

### ▼ Objetivos / Competências

- Após a conclusão desta unidade curricular, o aluno deve ser capaz de:
1. Reconhecer a importância das marcas e os elementos que constituem uma marca forte
  2. Compreender o processo de identidade da marca e todas as suas fases: desde a realização de pesquisas, clarificação da estratégia, criação da marca e criar pontos de contato para chegar a um público definido
  3. Criar um manual da marca com o processo, padrões e diretrizes de uma forte identidade de marca
  4. Analisar casos da vida real com casos de sucessos e fracassos da marca
  5. Avaliar a notoriedade de uma marca

Competências a desenvolver:  
Tomar decisões, recolher e processar informação, analisar e interpretar informação, desenvolver a criatividade e a apresentação, trabalhar em grupo, organizar tarefas e recursos e melhorar a utilização das tecnologias de informação.

### ► Conteúdos programáticos resumidos

### ► Metodologias de ensino e critérios de avaliação

### ► Bibliografia resumida

## Oferta Formativa

Licenciaturas  
Mestrados  
CTeSP  
Pós-Graduações  
Erasmus Students  
Disciplinas Isoladas  
Outras Formações

Candidaturas

Departamentos/Área

Serviços Académicos

Serviços Informática

Biblioteca

Redes Sociais  
Facebook e Google+

ESTGV no Facebook

ESTGV no

Início | Escola | Estudar | Ligação ao Exterior | Investigação | Internacional | Viver ESTGViseu

Contatos ▼

