



**PORTUCALENSE
BUSINESS
SCHOOL**

Inspiring Your Career.

PROGRAMA EXECUTIVO
**Strategic Brand
Leadership**

Certificação Parceiros



LANIDOR



MC | 04/26

upt.pt

gabinete de ingresso.

email. ingresso@upt.pt
tt. +351 225 572 222/3
linha verde. 800 270 201

coordenação.

Carla Moutinho Ferreira
Pedro Miguel Gaspar

sm.sbleadership@upt.pt

Programa Executivo em

Strategic Brand Leadership

Porquê escolher este curso?

Num mundo onde as Marcas fazem a diferença entre crescer ou desaparecer, saber geri-las estrategicamente é uma das competências mais valorizadas no mercado. Dominar o processo de criação, posicionamento e comunicação é um diferencial estratégico para as empresas e profissionais das áreas da gestão e do marketing.

Com foco na aprendizagem prática e orientada para os resultados, o programa finaliza com o desenvolvimento de um projeto aplicável ao contexto profissional dos participantes.

O Programa dirige-se a profissionais que ambicionam criar marcas fortes através da aquisição de competências avançadas em gestão de marca e liderança estratégica, com o objetivo de criar valor sustentável para as marcas, impulsionar o crescimento e a competitividade dos negócios.

Pretende-se que no final do programa os participantes sejam capazes de destacar no mercado as marcas que trabalham.

duração.
4,5 meses | 72 horas

horário.
6ª | 18h > 22h

ECTS.
18

formato.
blended
(presencial e online em simultâneo)

regime.
pós-laboral

idiomas.
PT

Destinatários

O curso destina-se a:

- Gestores de marca;
- Gestores de produto;
- Diretores e gestores de marketing;
- Diretores e gestores de comunicação;
- Empreendedores e gestores;
- Profissionais/Empresários que pretendam adquirir conhecimentos sobre gestão, liderança e técnicas de branding.

Objetivos

No final do curso é esperado que o participante saiba:

- Compreender o branding estratégico como fator de diferenciação competitiva;
- Desenvolver e fortalecer a identidade e o posicionamento da marca;
- Aprofundar conhecimentos em comunicação integrada, com foco em storytelling, meios digitais e canais offline;
- Dominar conceitos de co-criação de valor, envolvendo stakeholders internos e externos no desenvolvimento da marca;
- Fomentar competências de liderança e inovação na gestão de equipas responsáveis pela gestão de marca e comunicação;
- Explorar tendências contemporâneas, como branding sustentável, diversidade, inclusão e ESG na criação de valor de marca;
- Promover a integração entre criatividade e dados, utilizando métricas e insights para a tomada de decisões estratégicas;
- Elaborar um projeto prático de gestão de marca.

Plano de Estudos

Fundamentos da gestão de marca | 8h
Estratégia de marca | 12h
Estratégias de Criação de Valor | 12h
Comunicação Estratégica da Marca | 12h
IA, Inovação e Tendências em Branding | 8h
Gestão Estratégica e Liderança em Branding | 8h
Projeto Aplicado | 12h