

1. OBJETIVO DO CURSO:

A Pós-graduação em Marketing e Branding é focada no desenvolvimento de competências em segmentação, escolha de mercado alvo, posicionamento e criação de Brand Equity, capacitando o profissional para trabalhar, com eficiência, com as ferramentas de marketing e seus impactos na área comercial.

O curso trabalha questões relacionadas ao entendimento da marca, passando por assuntos recentes como marketing experiencial e sensorial, semiótica e storytelling e também os essenciais como o design de marca e embalagem, identidade de marca e naming e arquitetura de marca, branding e sua construção.

2. PÚBLICO-ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO:

Profissionais atuantes ou que desejam atuar na área de Branding e interessados em adquirir conhecimentos e aprimorar o entendimento de Marketing e Branding.

3. QUALIDADE ACADÊMICA:

- A estrutura curricular envolve as principais competências funcionais e as mais relevantes ferramentas que responda aos principais desafios de um mercado altamente competitivo.
- Corpo docente com sólida formação acadêmica, trajetória profissional desenvolvida em cargos de liderança e experiência prática aliada à aplicabilidade de conceitos.
- Desenvolvimento de Networking, pois a turma é composta por profissionais atuantes em empresas de diversos segmentos, proporcionando uma valiosa rede de relacionamento.

4. COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS:

1. Entender, influenciar o nível, a oportunidade e a composição da demanda.
2. Desenvolver estratégias e plano de marketing para empresas de pequeno, médio e grande porte.
3. Compreender sistemicamente as ações estratégicas empresariais, participando de decisões corporativas.
4. Realizar pesquisas de marketing para identificar as necessidades de mercado.
5. Realizar consultorias em marketing, elaborando diagnósticos do negócio e soluções adequadas.
6. Entendimento e gerenciamento de Marca.
7. Desenvolver novos conhecimentos, novas atitudes e treinamento contínuo aos profissionais para o alcance de resultados satisfatórios para a organização.
8. Competências essenciais para o desenvolvimento e gerenciamento de marcas.
9. Competências nas escolhas estratégicas e no compartilhamento das informações e do conhecimento na área.
10. Competências necessárias para atuar desde os estudos preliminares, criação concepção de marca até o Branding.

5. ESTRUTURA CURRICULAR:

- Brand equity e arquitetura da marca
- Consumo e planejamento de mídia
- Design de marca e produto
- Digital branding e branded content
- Entendendo o brand equity
- Experiência de marca
- Gestão estratégica de canais e preço
- Identidade da marca e naming
- Inteligência de marketing
- Marca e posicionamento
- Marketing B2B
- Marketing estratégico
- Marketing experiencial e sensorial
- Marketing holístico
- Semiótica das marcas
- Tendências de consumo e compra
- Tendências e mudanças em marketing
- Trabalho de conclusão - Marketing and Branding
- Valor, satisfação e fidelidade