

## Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

**Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU):** Branding e Gestão das Marcas /  
Branding and Brand Management

**Área científica da UC / CU Scientific Area:** Marketing e Publicidade / Marketing and Publicity

**Semestre / Semester:** 3º

**Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits:** 6

**Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours:** TP: 45; OT: 6; O: 9

**Carga letiva semanal / Weekly letive charge:** 3h

## Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- Colocar os alunos em contacto com os principais conceitos de Branding e de gestão de conteúdos, proporcionando uma visão integrada dos processos e das suas diferentes áreas;
- Abordar a importância da interiorização e integração do conceito de marca, através da análise da concorrência, de definição de proposta de valor, de marca integrada no marketing-mix, entre outras, de forma a proporcionar uma visão área integradora da área, realçando a importância de alinhar mudança, estratégia e desempenho através do envolvimento da organização com a marca por si criada e desenvolvida.

## Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Bringing students into contact with the main concepts of Branding and content management, providing an integrated vision of processes and their different areas;
- To address the importance of the internalization and integration of the concept of brand, through the analysis of competition, the definition of value proposition, of integrated brand in marketing-mix, among others, in order to provide an integrated area view of the area, highlighting the importance of aligning change, strategy and performance through the involvement of the organization with the brand created and developed by it.

## Conteúdos programáticos:

### 1. Branding

- 1.1 A identidade da marca em ambiente digital
- 1.2 Qual a melhor estratégia da marca para o digital
- 1.3 Ferramentas para garantir visibilidade da marca

**2. Content Management Systems**

- 2.1 Domínio e Alojamento
- 2.2 Os diferentes tipos de CMS (Wordpress, Joomla, Drupal)
- 2.3 Integração com redes sociais e outros social media

**3. Content Marketing**

- 3.1 Formatos de produção e distribuição de conteúdos
- 3.2 Criação de conteúdos
- 3.3 Web copywriting e a sua influência (Earned, Owned & Paid Media)
- 3.4 Buzz Marketing e Marketing Viral

**4. Implementação e Controlo**

- 4.1 Implementação da estratégia definida
- 4.2 Análise de Métricas e controlo das ações

**Syllabus:**

**1. Branding**

- 1.1 Brand identity in digital environment
- 1.2 What is the best brand strategy for digital
- 1.3 Tools to ensure brand visibility

**2. Content Management Systems**

- 2.1 Domain and Accommodation
- 2.2 The different types of CMS (Wordpress, Joomla, Drupal)
- 2.3 Integration with social networks and other social media

**3. Content Marketing**

- 3.1 Content production and distribution formats
- 3.2 Creating content
- 3.3 Web copywriting and its influence (Earned, Owned & Paid Media)
- 3.4 Buzz Marketing and Viral Marketing

**4. Implementation and control**

- 4.1 Implementation of the defined strategy
- 4.2 Metric Analysis and Action Control