



Fast Track MBA em Marketing, Estratégia & Criatividade | Lisboa – 7ª Edição

MBA

Últimas ofertas

- **Localidade:** Lisboa
- **Data:** 14 Mar 2019
- **Preço:** 2800 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Pós-Laboral das 3ª e 5ª, das 19h00 às 22h00
- **Nível:** Avançado
- **Duração:** 162h

Sobre o curso

As organizações atuais desenvolvem a sua atividade num mercado altamente concorrencial e marcado por desafios constantes, onde os seus recursos humanos são, com efeito, o principal motor impulsionador da sua competitividade e inovação. É, assim, determinante que os seus quadros disponham de uma sólida formação nos vários domínios de gestão e atuação da empresa, nomeadamente com know-how especializado para o exercício de funções relacionadas com Marketing, Estratégia e Criatividade, para conduzir a organização, de forma eficaz e eficiente, ao Sucesso.

Para responder a essa necessidade real das organizações atuais e à crescente procura de profissionais devidamente qualificados em Marketing, Estratégia e Criatividade, a GALILEU e a Flag uniram esforços para desenvolver o Programa **Fast Track MBA em Marketing, Estratégia e Criatividade**, destinado a estudantes e profissionais que pretendam consolidar uma visão alargada, e simultaneamente especializada, dos vários domínios de intervenção do paradigma atual de Marketing e Comunicação.

Trata-se de uma formação intensiva que visa o desenvolvimento de competências em Marketing, Estratégia e Criatividade, com impacto positivo no exercício da atividade profissional (atual e futura) dos participantes: na sua progressão profissional e na competitividade das organizações onde estes se inserem.

EQUIPA DOCENTE

Gabriel Augusto

Diretor Geral da FLAG

Módulo 1 | Fundamentos de Marketing. (12h)

[LinkedIn](#)

Ana Sofia Vinhas

Diretora de Comunicação e Marca da EDP

Módulo 2 | Marketing enquanto Ferramenta de Sucesso das Empresas. (12h)

Luis Madureira

CEO da Uberbrands

Módulo 3 | O Marketing Digital e a Inovação – Novos Paradigmas dos Departamentos de MKT. (12h)

[LinkedIn](#)

Teresa Lameiras

Diretora de Marketing e Comunicação da SEAT

Módulo 4 | Marketing Institucional e Construção de Marca. (12h)

[LinkedIn](#)

João Nuno Pinto

Diretor de Marketing Portugal e Espanha da Sumol+Compal

Módulo 5 | O Marketing de Produto. (12h)

[LinkedIn](#)

Jorge Coelho

Creative Director, Planner & Co-Founder

Módulo 6 | A Chamada Publicidade Tradicional. Televisão, Rádio, Imprensa e Outdoor. (12h)

[LinkedIn](#)

João Gomes Almeida

BOSSiness & Chief Creative Officer da Buzziness – Lisbon Creative Consulters

Módulo 7 | A Ativação de Marca e Marketing Relacional. (12h)

[LinkedIn](#)

Filipe Mata

Digital Account Director da iProspect

Módulo 8 | O Que É uma Agência de Media? (12h)

[LinkedIn](#)

João Vitória

Creative Director da Mindshare

Módulo 9 | Novos Paradigmas da Media Tradicional e Digital. Quais as novas fronteiras? (12h)

[LinkedIn](#)

Gabriel Augusto

Diretor Geral da FLAG

Módulo 10 | Marketing Digital: Uma visão integrada. (24h)

[LinkedIn](#)

Daniel Palma

Director Criativo na J. Walter Thompson Lisboa

Módulo 11 | Storytelling e Storydoing. (12h)

[LinkedIn](#)

Ricardo Pereira

CEO da comOn Group

Módulo 12 | Modelo de Negócio do Sector da Publicidade, Empreendedorismo e Soft-Skills. (12h)

[LinkedIn](#)

Destinatários

O Fast Track MBA em Marketing, Estratégia e Criatividade destina-se primariamente a recém-licenciados e profissionais de gestão, marketing, relações públicas, planeamento de media, publicidade e design, que pretendam adquirir as competências necessárias para o desenvolvimento de uma atividade e carreira profissional no mercado atual de Marketing e Comunicação.

Pré-requisitos

Dado o carácter intensivo deste programa formativo, o Fast Track MBA em Marketing, Estratégia e Criatividade desenvolve-se com graus de exigência elevados, o que obriga à disponibilidade dos participantes para o correto acompanhamento e aproveitamento das matérias lecionadas.

Metodologia

Estando este programa de formação limitado a apenas 12 participantes, a GALILEU e a Flag definiram um processo de candidatura, que se inicia com a marcação da entrevista de admissão.

Durante esta entrevista serão avaliados o seu perfil curricular, profissional e motivacional. Esta entrevista também serve de oportunidade para que o candidato possa esclarecer todas as questões relativas ao programa de formação.

A entrevista de admissão não representa qualquer compromisso por parte do candidato ou da GALILEU e não apresenta nenhum custo associado. Marque ainda hoje a sua entrevista!

Programa

- Fundamentos de Marketing (12)
- O Marketing enquanto ferramenta de sucesso das empresas (12h)
- O MKT Digital e a Inovação – Novos Paradigmas dos Departamentos de MKT (12h)
- Marketing Institucional e Construção de Marca (12h)
- O Marketing de Produto (12h)
- A chamada publicidade tradicional. Televisão, Rádio, Imprensa e Outdoor (12h)
- Ativação de Marca e Marketing Relacional (12h)
- O que é uma agência de media? Como fazer planeamento de media (12h)
- Novos paradigmas da media tradicional e digital. Quais as novas fronteiras? (12h)
- Marketing Digital: uma visão integrada. (24h)
- Storytelling e Storydoing (12h)
- Modelo de negócio do sector da Publicidade, Empreendedorismo e Soft-Skills (12h)

Fundamentos de Marketing (12h)

O Marketing enquanto ferramenta de sucesso das empresas (12h)

- O marketing nas organizações: função, especificidades e responsabilidades.
- Como funciona um departamento de marketing.
- O marketing e a comunicação: fronteiras e sinergias.
- Noções gerais de relações públicas.

O Marketing Digital e a Inovação – Novos Paradigmas dos Departamentos de Marketing (12h)

- Processo de digitalização das organizações e das equipas de marketing.
- Relação cliente/agência no digital.
- A inovação nas organizações: estratégia ou tática?
- Como a inovação pode mudar a forma de chegar ao consumidor.

Marketing Institucional e Construção de Marca (12h)

- A importância da marca.
- Construção e gestão de marca.
- Marcas com propósito: missão e brand purpose.
- Marcas que perduram no imaginário do consumidor.
- Relação entre cliente e agência na gestão da marca.

O Marketing de Produto (12h)

- O papel do produto no marketing.
- A função da gestão de produto.
- Gestão de marca VS gestão de produto.

A chamada publicidade tradicional. Televisão, Rádio, Imprensa e Outdoor (12h)

- Fundamentos de publicidade: Copywriting e Direção de Arte.
- Publicidade na imprensa: formas de atuar.
- Publicidade outdoor: formas de atuar.
- Publicidade na rádio: formas de atuar.
- Publicidade na televisão: formas de atuar.
- Integração dos meios em campanhas above the line.

Ativação de Marca e Marketing Relacional (12h)

- A publicidade below the line.
- Diferenças entre direct marketing e promo activation.
- Como impactar os consumidores no dia-a-dia.

O que é uma agência de media? Como fazer planeamento de media (12h)

- O que é uma agência de media?
- Diferenças entre agência de media e agência de publicidade.
- Tipos de media e suas especificidades, vantagens e limitações.
- Planeamento de media: formas de atuar.

Novos paradigmas da media tradicional e digital. Quais as novas fronteiras? (12h)

- Os novos paradigmas da media tradicional e digital: fronteiras e sinergias.
- Estratégia integrada (offline/online) de marketing.

Marketing Digital: uma visão integrada (24h)

- Fundamentos de Marketing Digital

- O papel do Marketing Digital nas organizações: estratégia e operacional (produto/distribuição/promoção).
- Áreas de Intervenção do Marketing Digital.
- Campanhas Integradas offline/online.

Storytelling e Storydoing (12h)

- Storytelling: o que é, para que serve e formas de atuar.
- Do storytelling ao storydoing.
- Branded content.

Modelo de negócio do sector da Publicidade, Empreendedorismo e Soft-Skills (12h)

- Qual o modelo de negócio das agências?
- Tipos de agências e as suas diferenças.
- Empreendedorismo no setor da publicidade.
- As soft-skills fundamentais dos profissionais da publicidade.