

ÁREA DE FORMAÇÃO: Gestão da Comunicação

Branding e Posicionamento de Marca

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
17/11/2026	9h/13h	12 horas	Lisboa
18/11/2026	9h/13h		
19/11/2026	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Desenvolver competências para construir marcas com fundação estratégica real, com foco específico nas PME e na ligação direta entre branding sólido e eficiência do marketing digital. O curso trabalha os alicerces que tornam qualquer investimento em comunicação mais eficiente: propósito com substância, posicionamento diferenciado, identidade verbal consistente e coerência em todos os pontos de contacto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Identificar o gap entre imagem corporativa e branding estratégico e definir o próximo passo para a própria empresa.
 - ✓ Compreender como o branding sólido multiplica a eficiência do marketing digital.
 - ✓ Perceber porque a IA amplifica a vantagem competitiva de marcas com posicionamento claro.
 - ✓ Construir propósito estratégico e posicionamento diferenciado e defensável.
 - ✓ Desenvolver identidade verbal: tom de voz, linguagem e nomenclatura como sistema de diferenciação.
 - ✓ Mapear e auditar os pontos de contacto da marca para reforçar coerência.
 - ✓ Construir o documento de marca estratégico aplicável ao contexto de cada participante.
 - ✓ Usar o documento de marca para briefar agências, equipas e ferramentas de IA mantendo coerência de posicionamento.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Imagem Corporativa e Branding: O Passo Seguinte	2h	➤ Da identidade visual à estratégia de marca: o que acrescenta valor real. ➤ O desafio mais comum nas PME: ter imagem corporativa e dar o salto para o branding. ➤ Como este salto transforma a tração das campanhas de marketing digital. ➤ Diagnóstico: onde está a tua empresa e qual é o próximo passo.
Propósito e Posicionamento como Alicerce	2h	➤ Propósito estratégico: o que a empresa defende e o que a torna insubstituível. ➤ Posicionamento real vs. posicionamento declarado e a diferença que importa. ➤ Como definir um território de marca que a concorrência não ocupa. ➤ Exercício: construção de propósito e posicionamento para uma marca real.
Identidade Verbal: A Marca que Fala	2h	➤ Tom de voz como ferramenta de diferenciação e de construção de relação. ➤ Como criar uma voz de marca que se distingue e se torna reconhecível. ➤ Naming, linguagem e o vocabulário que define e diferencia uma marca. ➤ Exercício: auditoria verbal e construção de tom de voz. ➤ Naming, linguagem e o vocabulário que define e diferencia uma marca. ➤ Exercício: auditoria verbal e construção de tom de voz.

Branding na Era da IA: Diferenciação como Vantagem	2h	➤ Com a IA a produzir conteúdo em escala, o branding sólido é o que garante distinção. ➤ Marcas com posicionamento claro mantêm identidade quando usam IA para comunicar. ➤ Como o branding protege e amplifica o valor da marca na era da homogeneização digital. ➤ Casos reais: marcas que se distinguem mesmo quando usam as mesmas ferramentas.
Branding que Potencia o Marketing Digital	2h	➤ Como o branding sólido multiplica a eficiência do investimento em marketing digital. ➤ A relação entre marca forte e tração real em performance marketing. ➤ Marca e conteúdo: como o posicionamento claro dá força e direção ao conteúdo. ➤ Casos reais: PME portuguesas com branding estratégico e os resultados alcançados.
Construção do Documento de Marca	2h	➤ O Brand Book estratégico: o que contém e como se distingue do manual de identidade visual. ➤ Os elementos essenciais que uma PME deve ter documentados para comunicar com coerência. ➤ Exercício final: construção do documento de marca de cada participante. ➤ Como usar o documento de marca para briefar agências, equipas e ferramentas de IA.

PREÇO ASSOCIADO: 210€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 270€+IVA

FORMADOR: CATARINA ANTUNES

Formada em Design Visual e com Mestrado em Marketing & Publicidade pelo IADE.

Com mais de 20 anos de experiência em design, branding, marketing e direção criativa, desenvolve metodologias que ajudam profissionais a estruturar marcas, elevar a narrativa visual e integrar Inteligência Artificial de forma estratégica e consciente.

Trabalhou com marcas incontornáveis a nível nacional e internacional e tornou-se a primeira portuguesa a representar o país na categoria de Design nos Young Lions no Festival de Cannes, com trabalhos publicados internacionalmente. É oradora convidada em festivais e conferências, como o Eurobest, integra painéis de júri em prémios do setor.

Atualmente, dedica-se à docência universitária, à formação e à Consultoria de Marca, ajudando profissionais e empresas a criar marcas fortes, coerentes e competitivas, alinhadas com os desafios e oportunidades do futuro.