



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
OPÇÃO: GESTÃO DE MARCA

Ano Lectivo 2021/2022

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (2º Ciclo)

2. Curso

Mestrado em Gestão

3. Ciclo de Estudos

2º

4. Unidade Curricular

OPÇÃO: GESTÃO DE MARCA (70215)

5. Área Científica

6. Ano curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

Aulas Teóricas:	
Aulas Práticas:	
Aulas Teórico-práticas:	15,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos

7,50

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora ANNA CAROLINA BOECHAT CHAVES FERNANDES

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

Esta disciplina tem como objetivo principal analisar, de forma aprofundada, o contexto de gestão das marcas e as ferramentas disponíveis para este efeito.

15. Objectivos Específicos

- Garantir um overview sobre o espectro das marcas e sobre a identidade física e psicológica das mesmas;
- Proporcionar uma visão abrangente sobre o processo de gestão das marcas;
- Analisar case studies que identifiquem estratégias e boas práticas de gestão das marcas.

16. Competências a adquirir

- Conhecimento dos princípios básicos de gestão das marcas;
- Compreensão da relevância e do potencial das marcas no campo do marketing e também na estratégia das empresas.

17. Metodologia de ensino

As aulas irão contar com exposições teóricas, análises de diferentes materiais (artigos científicos, vídeos, capítulos de livros, etc.) e exercícios práticos.

Todos os materiais de apoio devem ser analisados de forma prévia.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Marca
 - Perspetivas
 - Identidades
 - Tipos
2. Branding
 - Evolução
 - Conceitos Associados
3. Brand Equity
 - Brand Loyalty
 - Brand Awareness
 - Brand Association
 - Brand Image
 - Perceived Quality
4. Brand Strategy
 - Criação de Valor
 - Segmentação e Posicionamento
5. Case Studies

19. Métodos de Avaliação

A metodologia de avaliação continua consistirá na elaboração de 3 relatórios distintos, conforme assinalado no Syllabus.

20. Recursos Didáticos

Todos os recursos didáticos a serem utilizados nas aulas estão descritos de forma pormenorizada no Syllabus.

21. Palavras Chave

Marca
Gestão
Branding
Estratégia



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Keller, K.
Título: Strategic Brand Management - Building, Measuring, and Managing Brand Equity
Edição: 2nd Ano: 2002
Local: London
Editora: Pearson College

Autor(es): Kapferer, J. N.
Título: The New Strategic Brand Management
Edição: 5th Ano: 2012
Local:
Editora: Kogan Page

Autor(es): Aaker, D. A.
Título: Managing Brand Equity
Edição: Ano: 2009
Local:
Editora: Free Press

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Heding, Knudtzen & Bjerre
Título: Brand Management: Research, theory and practice
Edição: Ano: 2009
Local: New York
Editora: Routledge

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'OPÇÃO: GESTÃO DE MARCA': Ano Lectivo 2021/2022
Autor	Prof. Doutora ANNA CAROLINA BOECHAT CHAVES FERNANDES
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	19-09-2021 20:20:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2021	