



AULA 1

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

MÓDULO 0

O que é
branding?



eu tenho bons produtos

marketing



propaganda



branding

**Toda vez que alguém
entra em contato com
a empresa é gerada
uma lembrança
conectada a marca**

embalagem
do produto

experiência no
atendimento



redes
sociais

mídia e
comunicação

produto
digital



1971



1978



1985



1995





I AM
GOING TO
SUCCEED



WINNING
IS A HABIT.



THEY KEEP YOU ALIVE



BE
LEGENDARY.







(2)

because most of the time it was quite, good—and I think most of all, our trips! We had so much fun!

Think of it: Detroit! Pittsburgh! St. Paul! Istanbul! Nice!

And of course, in each place we bought those silly ridiculous snow globes—foolish, sentimental reminders of our escapades. After today they will be all gone. Or almost. A bit more on that, later.

What I WON'T
WON'T
WON'T miss is the fact that I was loving a man that was living with ANOTHER WOMAN HE SAID HE WASN'T IN LOVE WITH—AND CERTAINLY DIDN'T RESPECT—BUT COULDN'T SEEM TO LEAVE!

How could I do this, Susan, HOW? Didn't we used to look DOWN on women that did this? DIDN'T WE ???

I can't believe I let all of this happen.

Story by Heidi Julavits

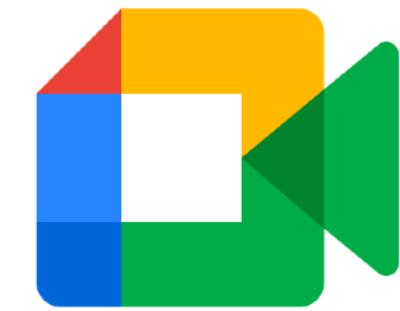
Original price: \$1.49

Final price: \$197.50



what stage of
late capitalism?
Is this?

Google



signo

ícone

Retratação literal com sentido primário



índice

Compreensão por contiguidade



símbolo

Conotação emocional sem similaridade

cão

signo

ícone

Retratação literal com sentido primário



índice

Compreensão por contiguidade



símbolo

Conotação emocional sem similaridade

Energia
Motivação
Força de vontade
Calor
Destruição

tinder

signo



ícone

Retratação literal com sentido primário

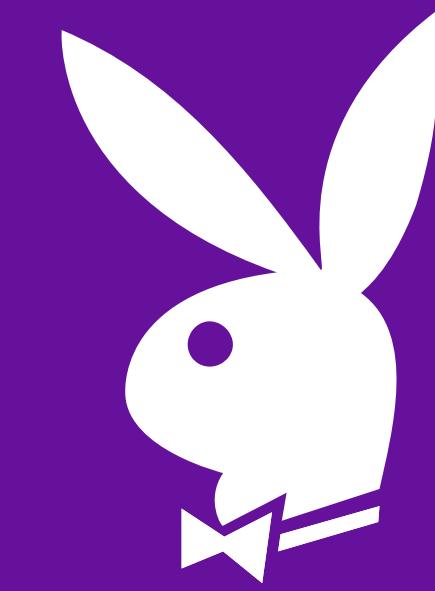
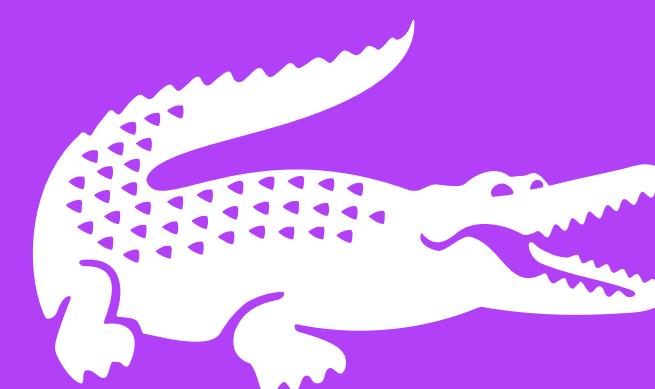
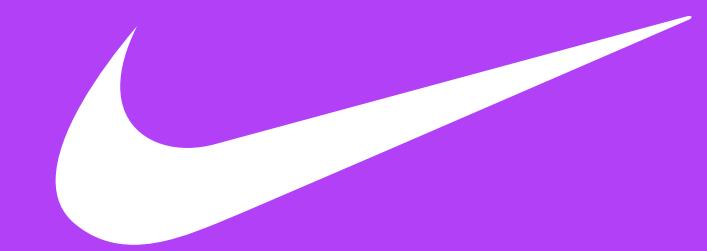
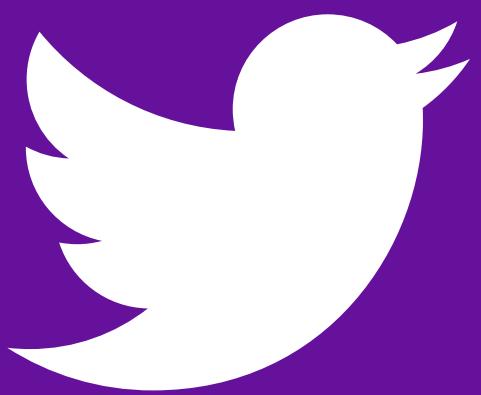


símbolo

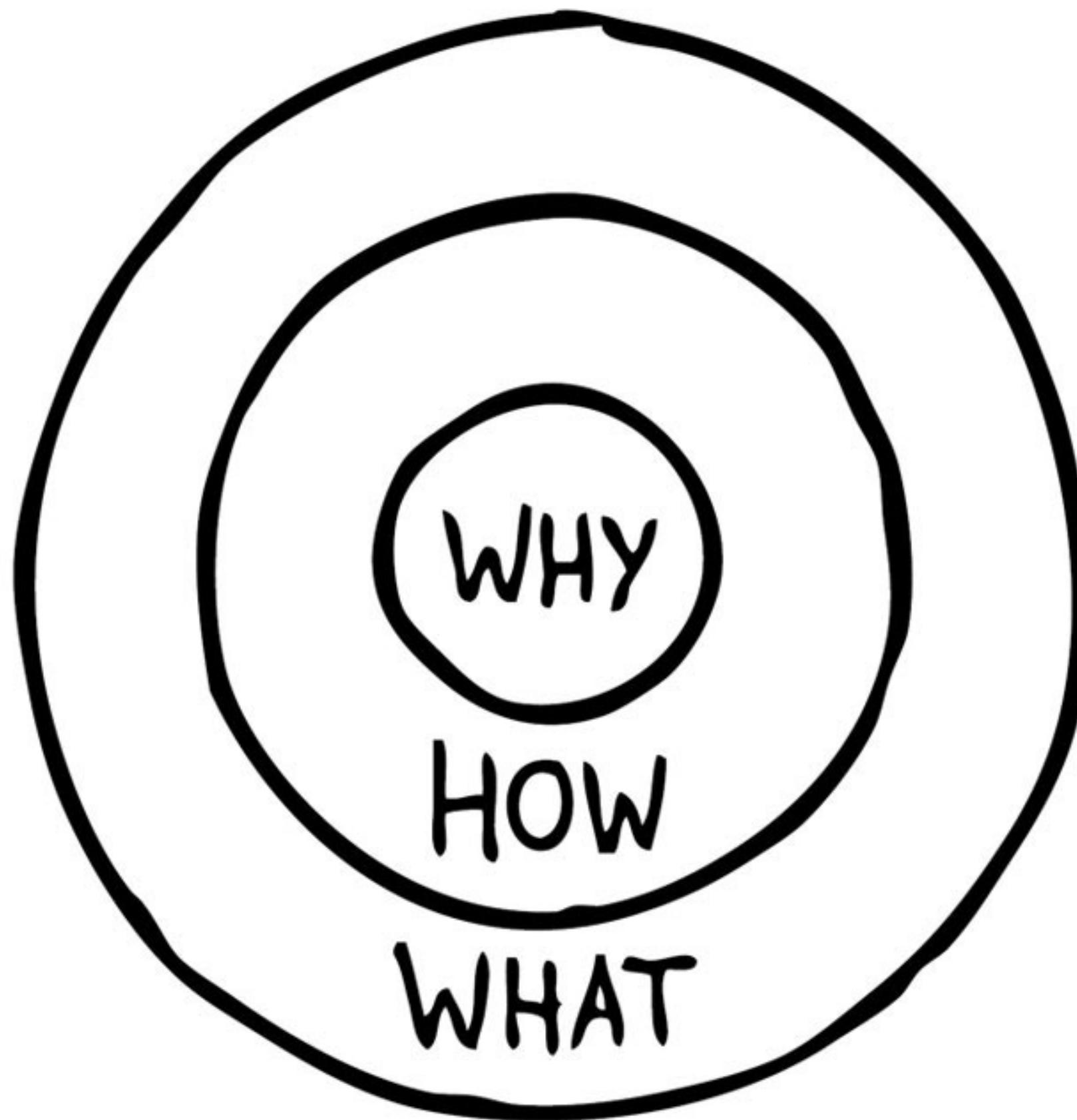
Conotação emocional sem similaridade

Energia
Motivação
Força de vontade
Calor
Destruição

tinder



É praticamente impossível
encontrar uma marca líder que
não possua uma identidade forte
e bem estruturada



COMECE PELO PORQUÊ

COMO GRANDES LÍDERES INSPIRAM
PESSOAS E EQUIPES A AGIR

SIMON SINEK

MAIS DE 1 MILHÃO
DE EXEMPLARES
VENDIDOS



Office DEPOZ

Por quê? Como? O quê?

WHY

HOW



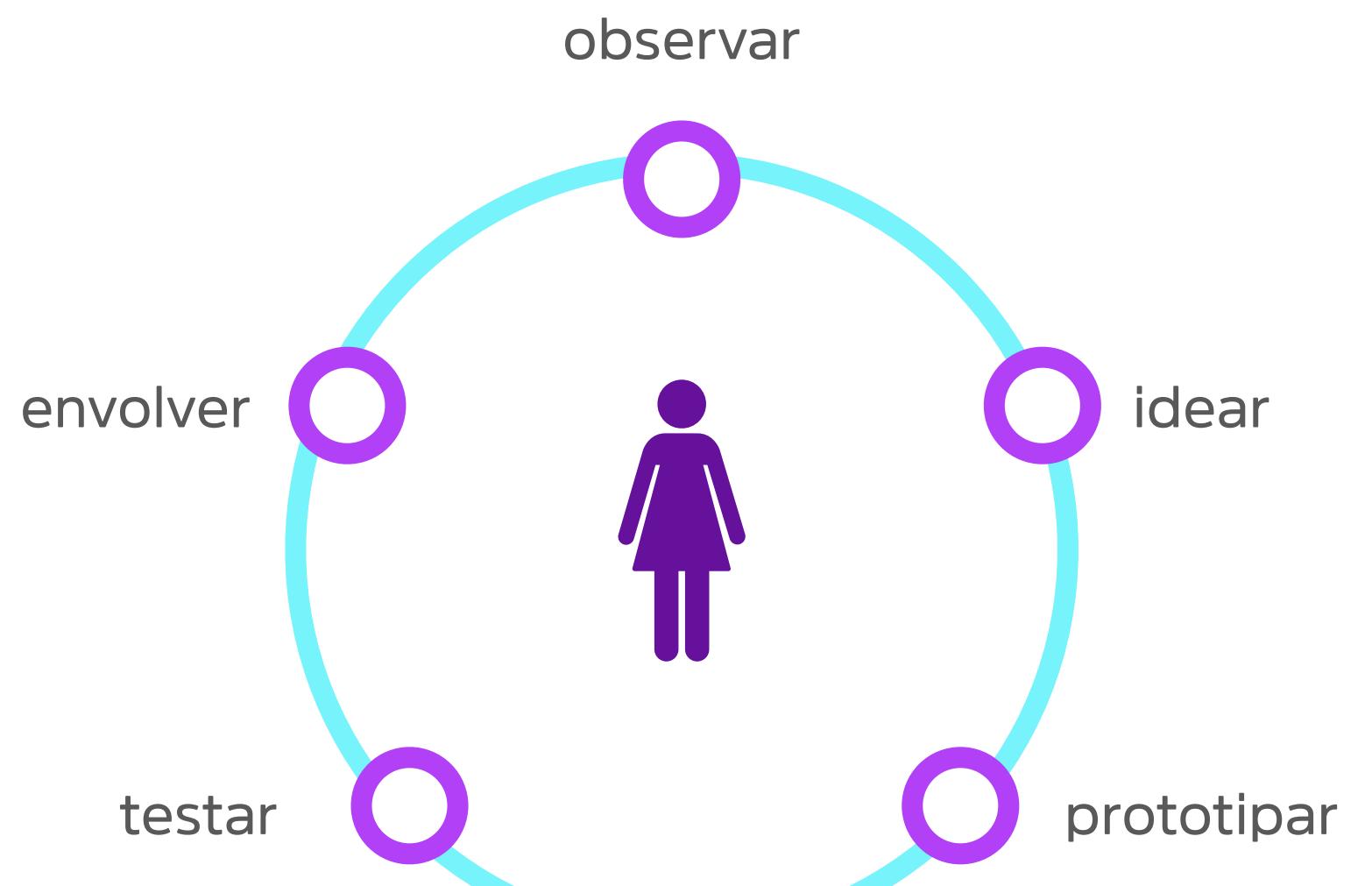
Marcas com um
PONTO DE VISTA
RELEVANTE SOBRE A VIDA
apresentam maior receita...

Consumidores com **conexão humana** com uma marca tem 10x mais probabilidade de comprar versus consumers com vínculo apenas racional. Marcas que alcançam o status de “Bonding” tem condição significativamente superior de estabelecer preço premium.

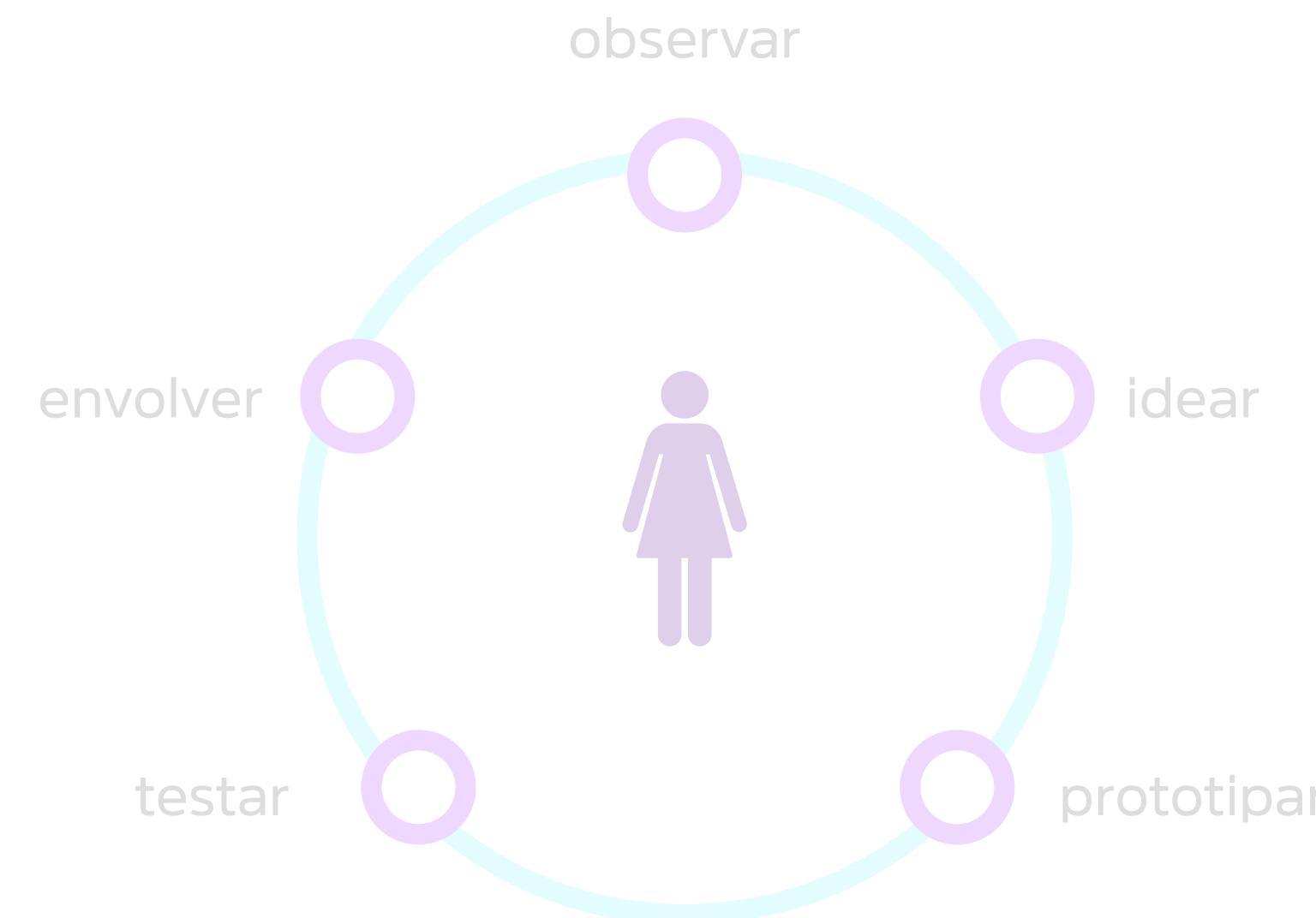


Fonte: **Millward Brown**

human centered design



human centered design



HOMEM



BRANCO



CASADO



BRITÂNICO



~70 ANOS



COM FILHOS





globo



Porto.

| CORPO DOCENTE



ALINE NITRO

Content & Curator Manager na Domestika,

Aline Nitro é bacharel em Publicidade e Propaganda e pós graduada em Branding, Marketing e Growth pela PUC. Investiu os últimos 18 anos mapeando maneiras de compreender os caminhos do sentido através de estímulos visuais e verbais nas áreas da direção de arte, da estética, do design estratégico, da gestão de marcas, da semiótica, entre outros. Passou por agências de comunicação, consultorias e marcas. Coordenou o reposicionamento e fez a gestão de marca e comunicação da Liv Up por 2 anos e atuou em projetos para marcas como Cavalera, Sadia, Hering, Havaianas, Ruffles, Fini entre outras.

CORPO DOCENTE



ALINE NITRO

Content & Curator Manager na Domestika,
Aline Nitro é bacharel em Publicidade e Propaganda e pós graduada em Branding, Marketing e Growth pela PUC. Investiu os últimos 18 anos mapeando maneiras de compreender os caminhos do sentido através de estímulos visuais e verbais nas áreas da direção de arte, da estética, do design estratégico, da gestão de marcas, da semiótica, entre outros. Passou por agências de comunicação, consultorias e marcas. Coordenou o reposicionamento e fez a gestão de marca e comunicação da Liv Up por 2 anos e atuou em projetos para marcas como Cavalera, Sadia, Hering, Havaianas, Ruffles, Fini entre outras.



CESAR GOES

Designer Sênior na Tátil
Desde 2012, atua em construção de sistemas de identidade visual, estratégia e posicionamento de marca e packaging design. Foi responsável pela experiência visual das marcas do banco Itaú. É um apaixonado por design, branding e suas relações. Já trabalhou com grandes marcas como Discovery Channel, NIVEA, Kimberly-Clark, Ipiranga, Nestlé, Panco, Grupo Pão de Açúcar e Sadia

O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

1

UM MÓDULO POR SEMANA

Mais fácil para organizar o tempo
para estudar com atenção



O CURSO

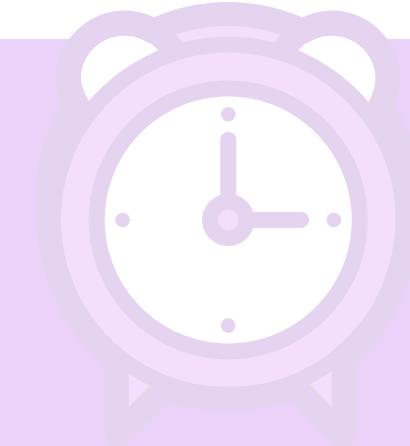
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

1

UM MÓDULO POR SEMANA

Mais fácil para organizar o tempo
para estudar com atenção



2

UMA TAREFA POR MÓDULO

Ao final de cada módulo uma tarefa
para recapitular e praticar



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

1

UM MÓDULO POR SEMANA

Mais fácil para organizar o tempo
para estudar com atenção



2

UMA TAREFA POR MÓDULO

Ao final de cada módulo uma tarefa
para recapitular e praticar



3

TEORIA & PRÁTICA

Aqui você vai aprender estratégias
e teoria enquanto executa projetos



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

1

UM MÓDULO POR SEMANA

Mais fácil para organizar o tempo
para estudar com atenção



2

UMA TAREFA POR MÓDULO

Ao final de cada módulo uma tarefa
para recapitular e praticar



3

TEORIA & PRÁTICA

Aqui você vai aprender estratégias
e teoria enquanto executa projetos



4

TCC

Ao final, você conclui um
trabalho completo



O CURSO

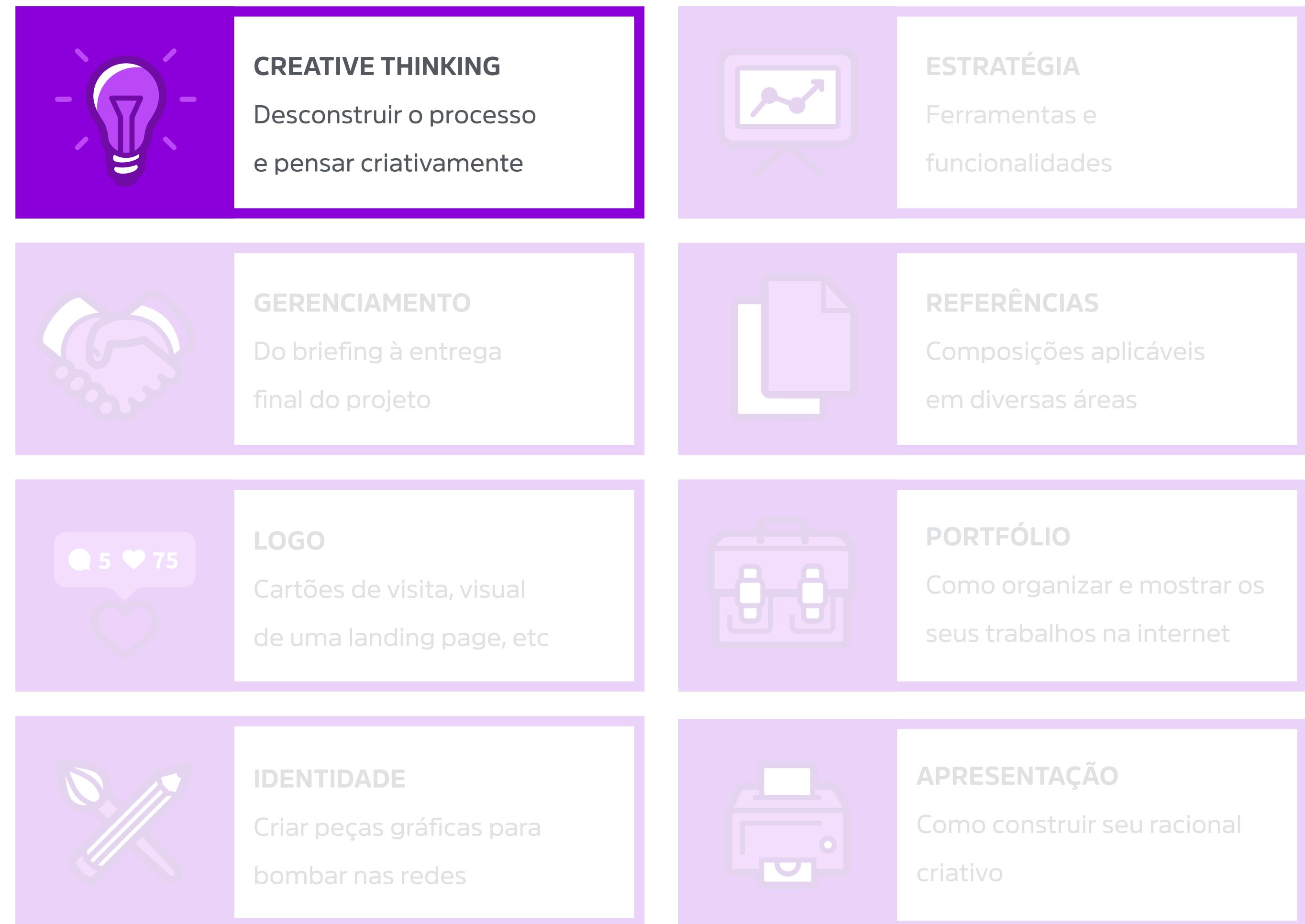
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

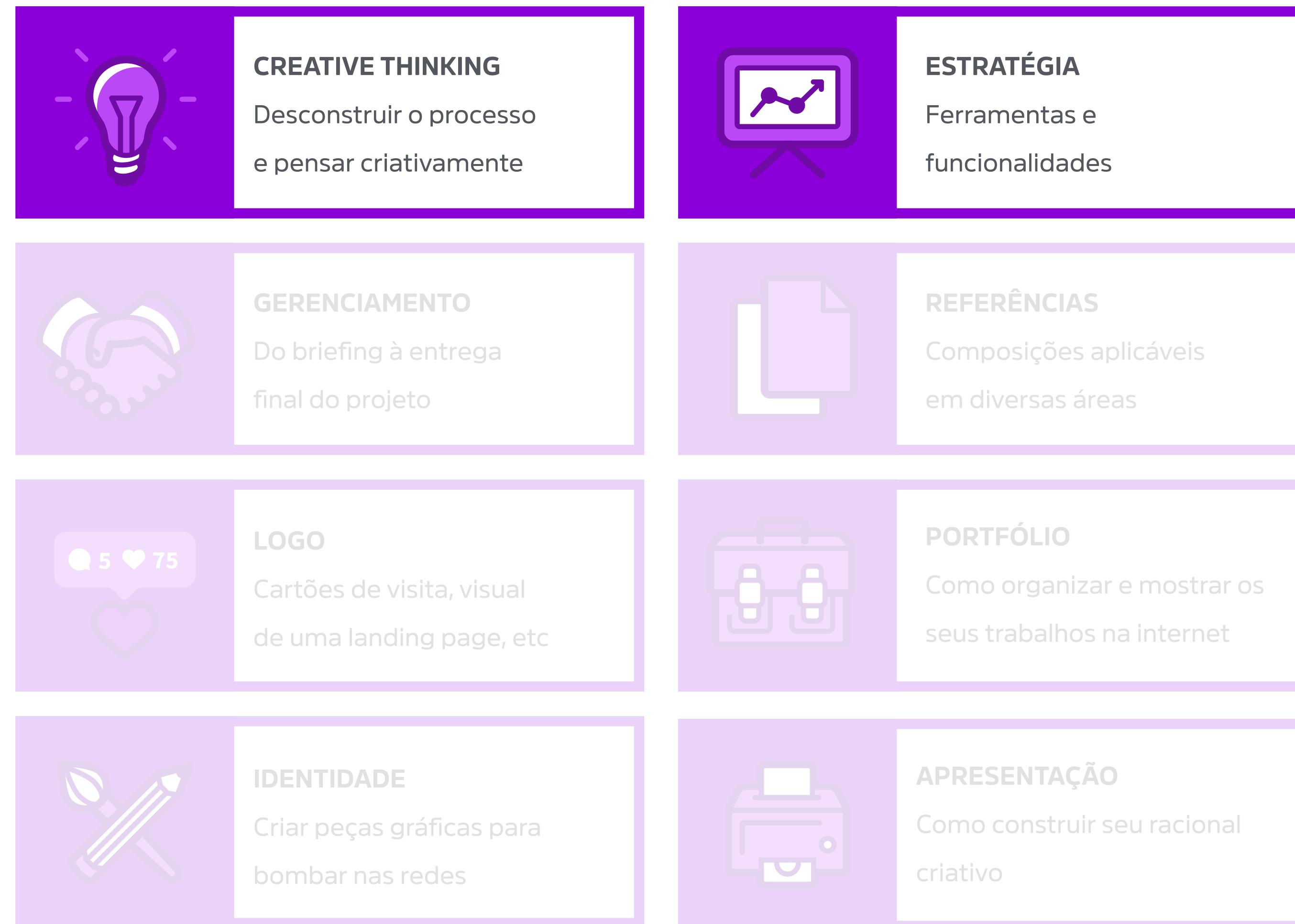
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

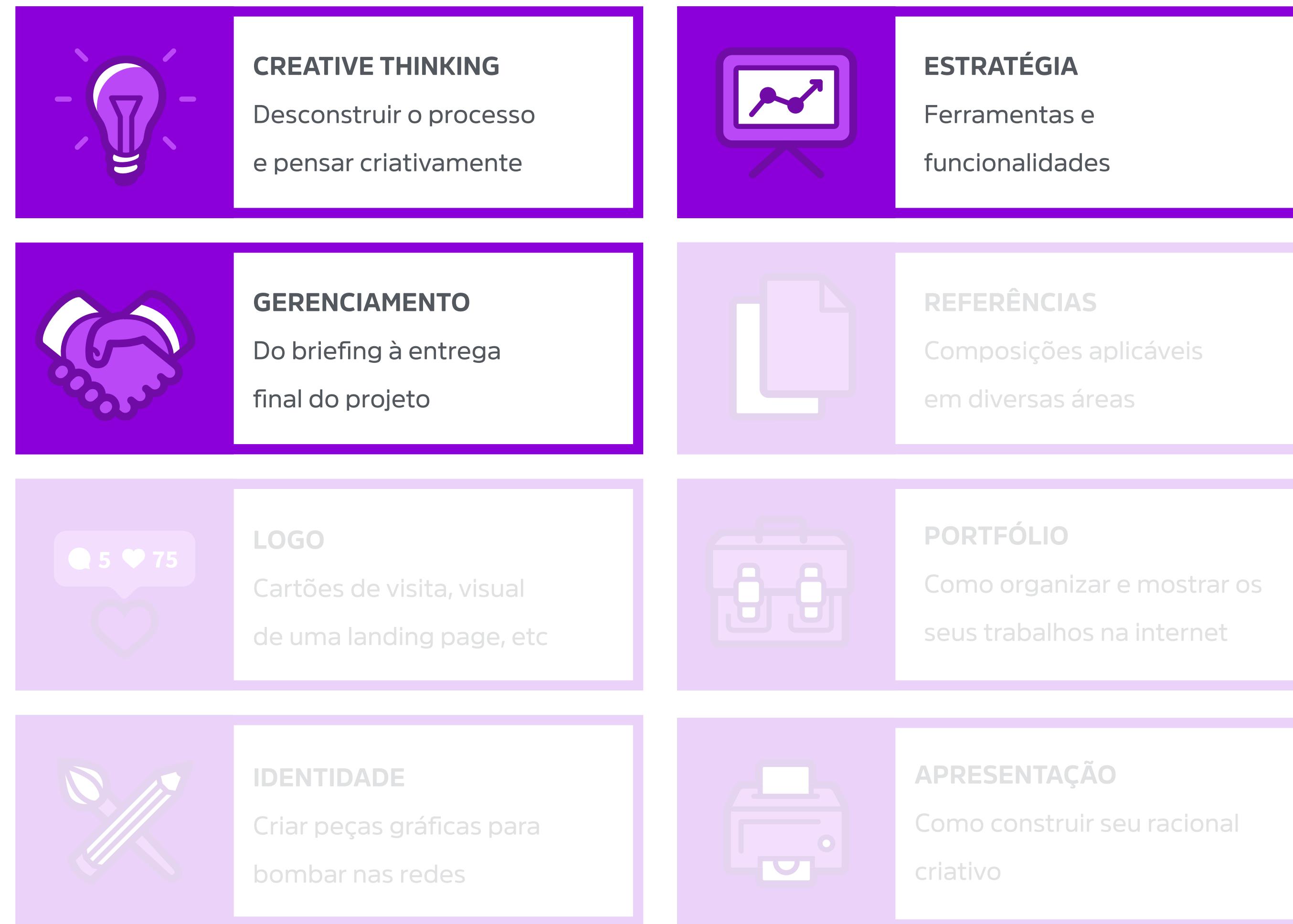
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

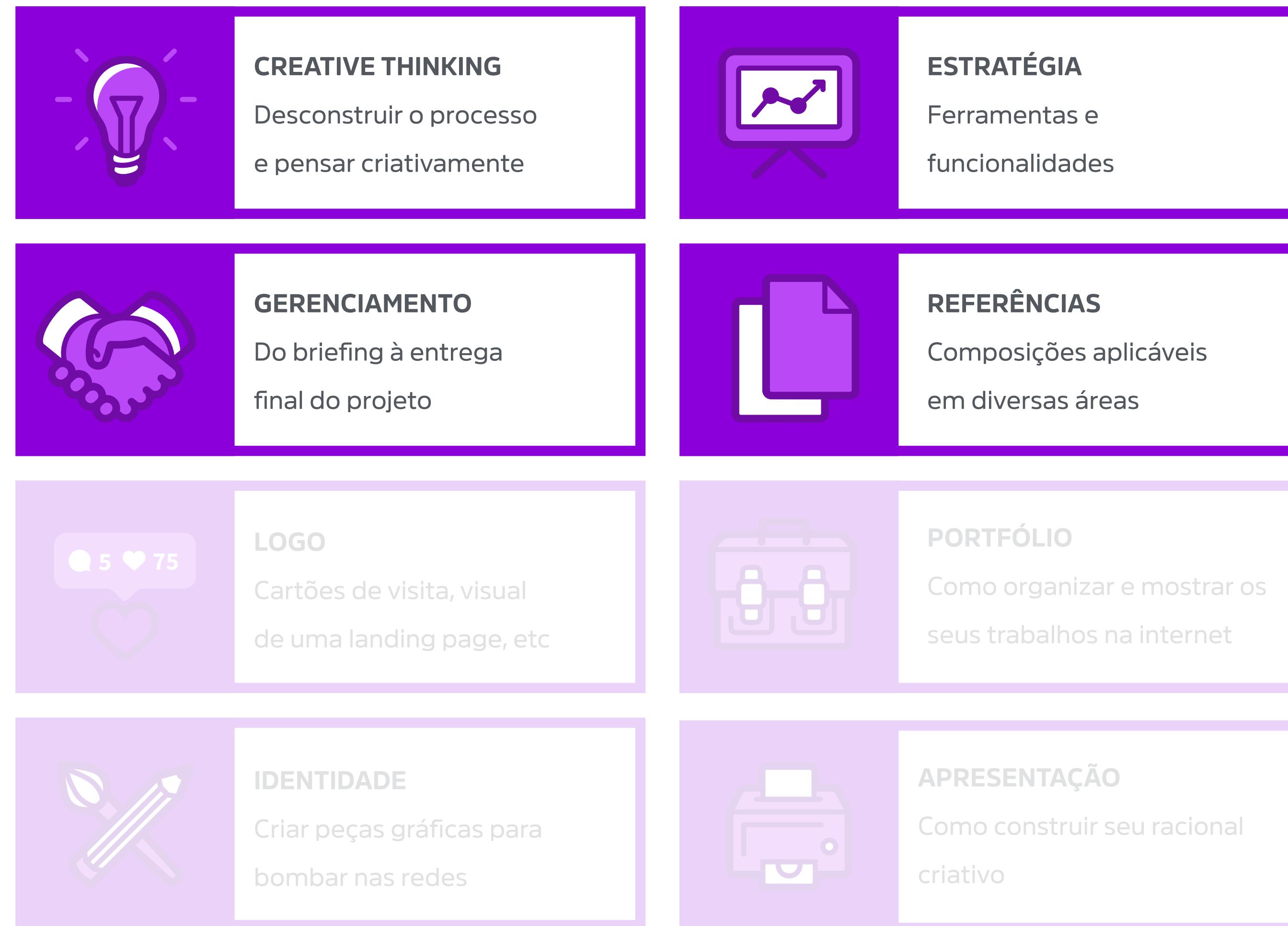
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

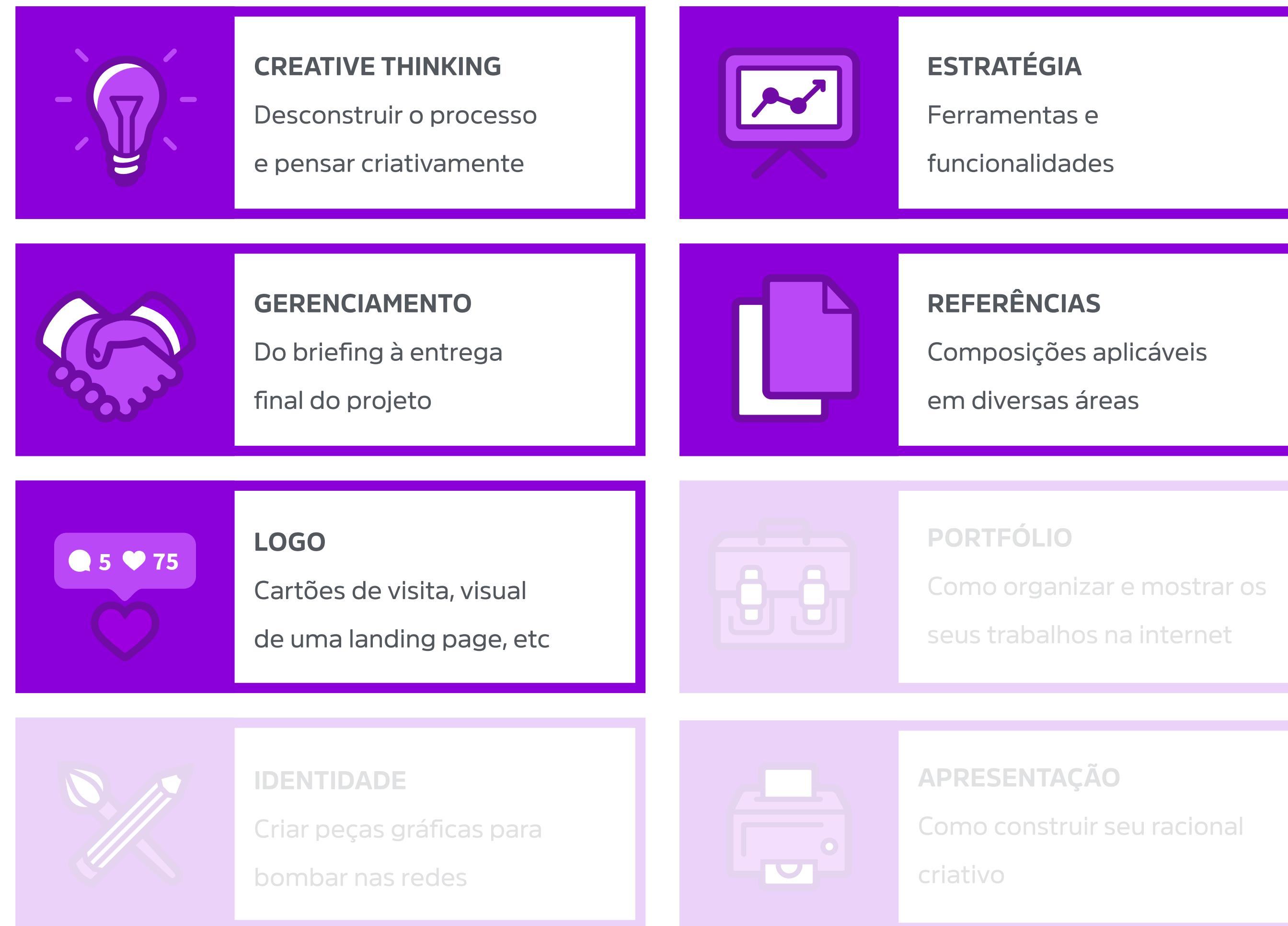
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

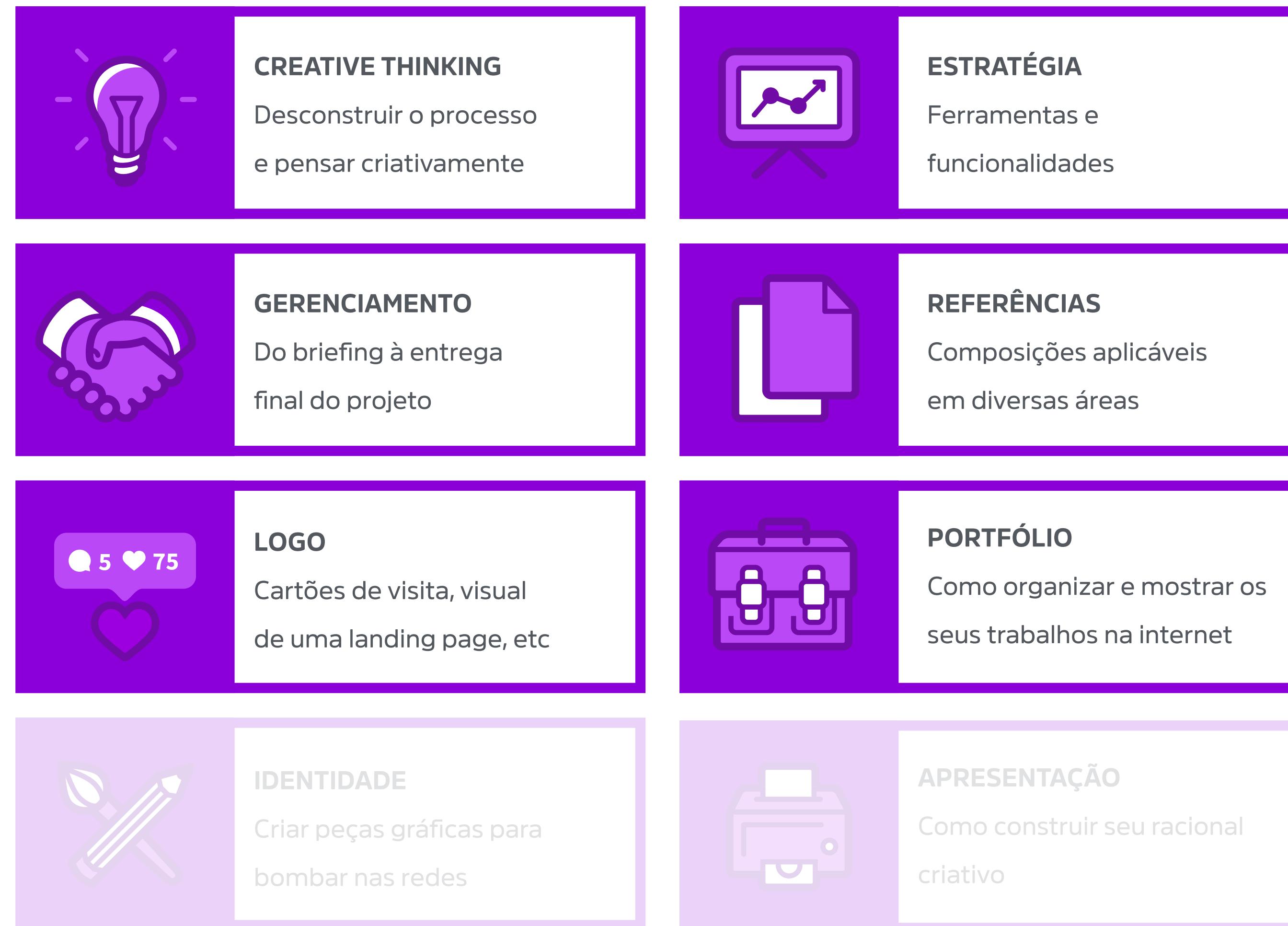
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

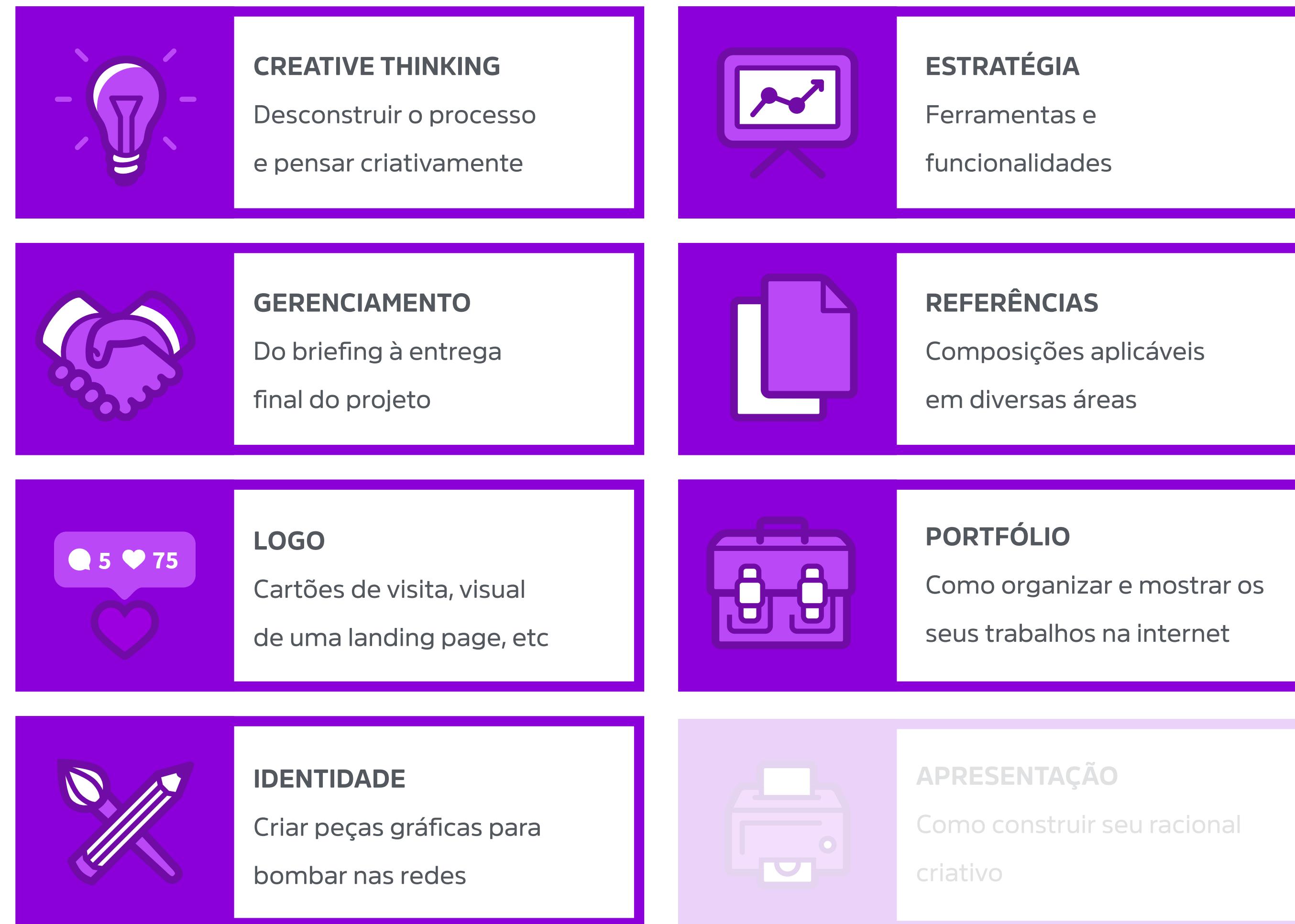
BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



not everything is
design, but design is
about everything.
so do me a favor:
be ready for anything.

CURADORIA DO CONHECIMENTO

✓ **Refletir:** love brands

Tente pensar nas suas 5 marcas favoritas e refletir o motivo
pelo qual elas mexem com você

✓ **Assistir:** documentário

Se tiver acesso à Netflix, veja a série documental "Abstract"
Se não puder ver todos, assista qualquer episódio.

✓ **Ouvir:** podcast

Ouça a história por trás de uma das marcas mais revolucionárias no segmento de alimentação dos últimos
tempos: a Sweetgreen

[https://podcasts.apple.com/us/podcast/jonathan-neman-ceo-sweetgreen/
id1493017725?i=1000460915189](https://podcasts.apple.com/us/podcast/jonathan-neman-ceo-sweetgreen/id1493017725?i=1000460915189)

branding &
identidade visual

OBRIGADA