

AULA 1 **BRANDING &
IDENTIDADE VISUAL**

MÓDULO 0

O que é branding?

eu tenho bons produtos



marketing

eu tenho bons produtos
eu tenho bons produtos
eu tenho bons produtos

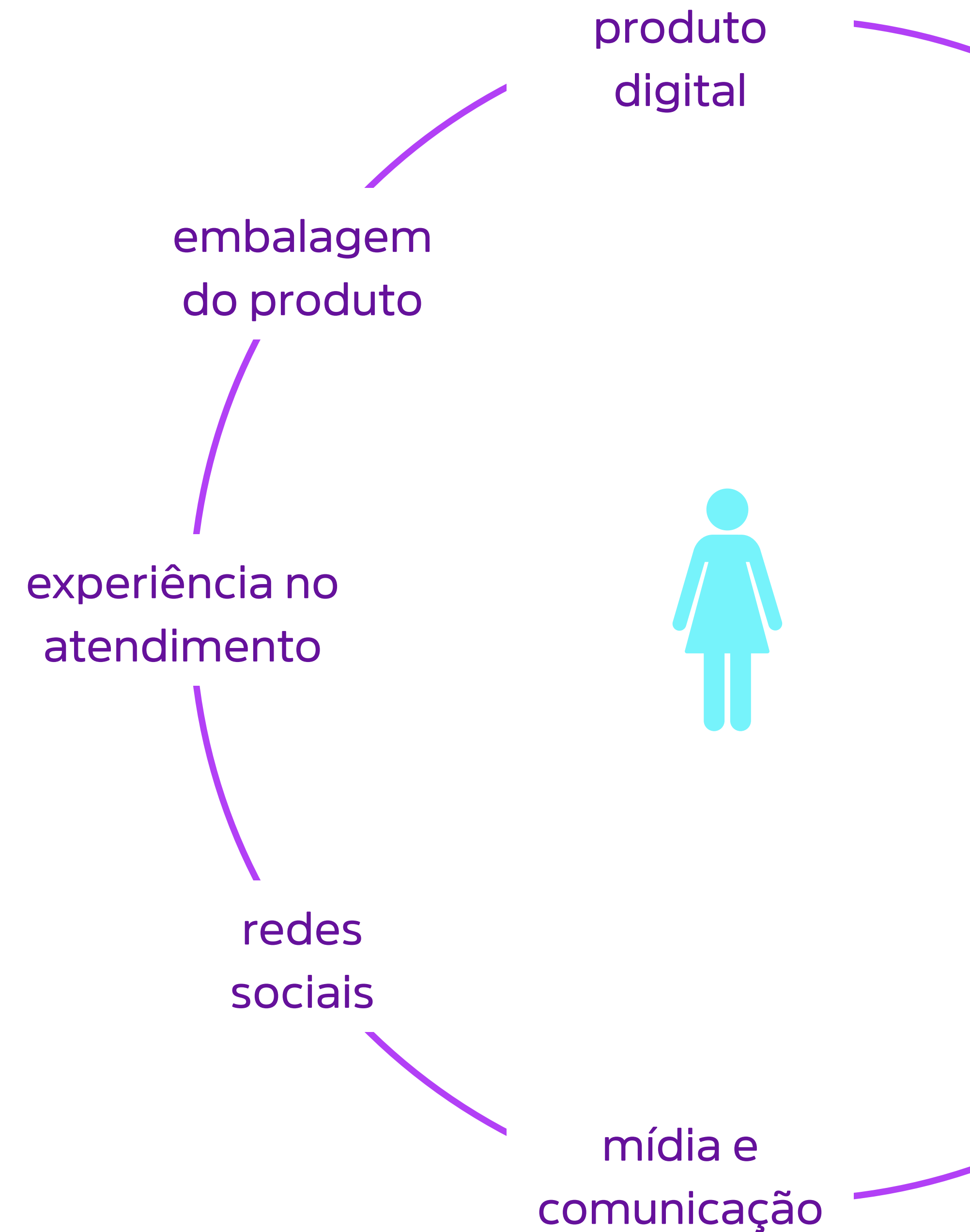


propaganda



branding

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





1971



1978



1985



1995





I AM
GOING TO
SUCCEED

Quotioo



WINNING
IS A HABIT.



NO
EXCUSES



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 Pepsi Facebook

Late Capitalism Monster

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



signo

ícone

Retratação literal com
sentido primário

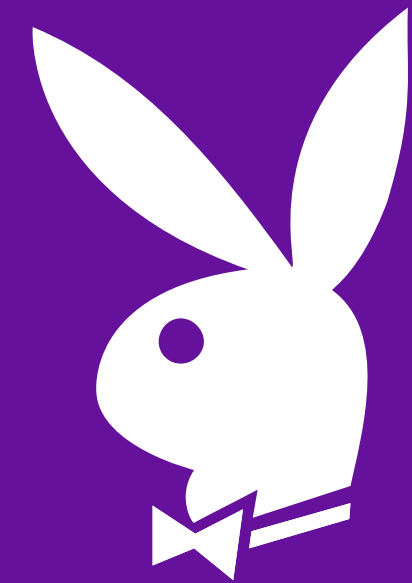
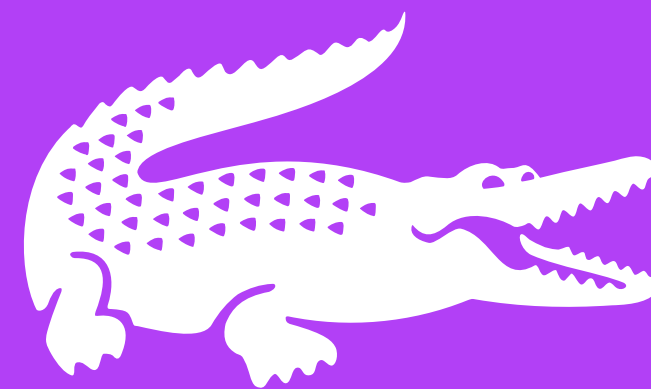
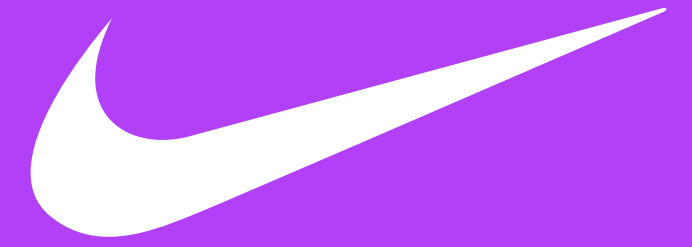
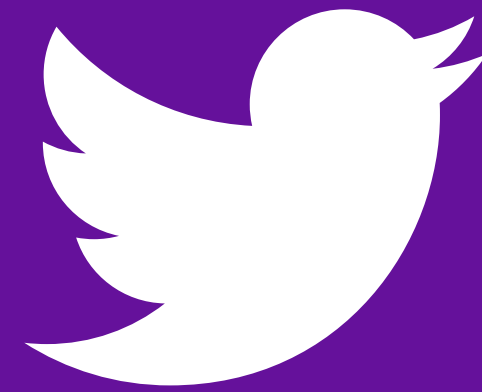


símbolo

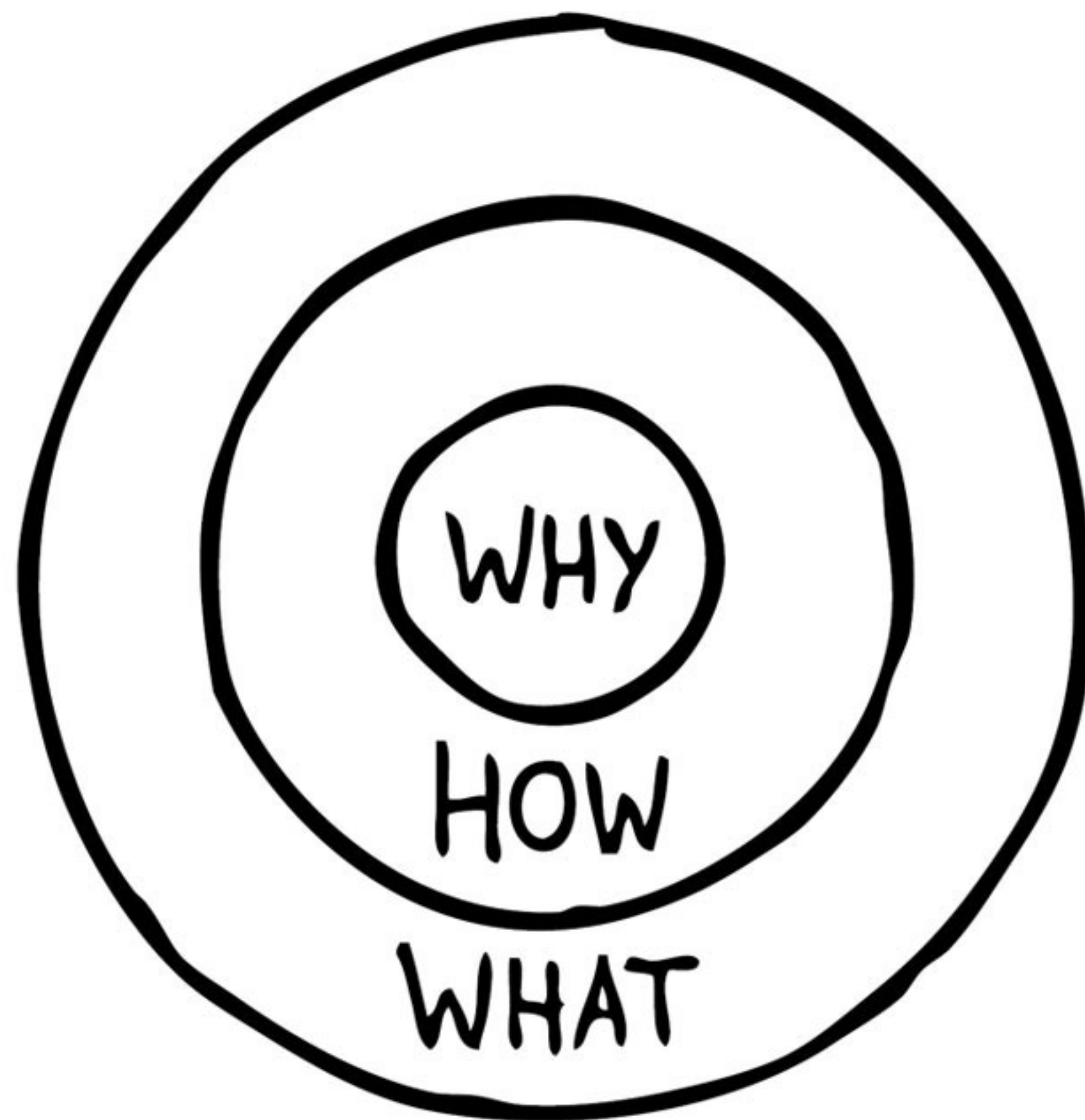
Conotação emocional
sem similaridade

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

COMO GRANDES LÍDERES INSPIRAM
PESSOAS E EQUIPES A AGIR

PELO

SIMON SINEK

PORQUÊ

MAIS DE 1 MILHÃO
DE EXEMPLARES
VENDIDOS



Office de POT

Why

How

Por quê? Como? O quê?

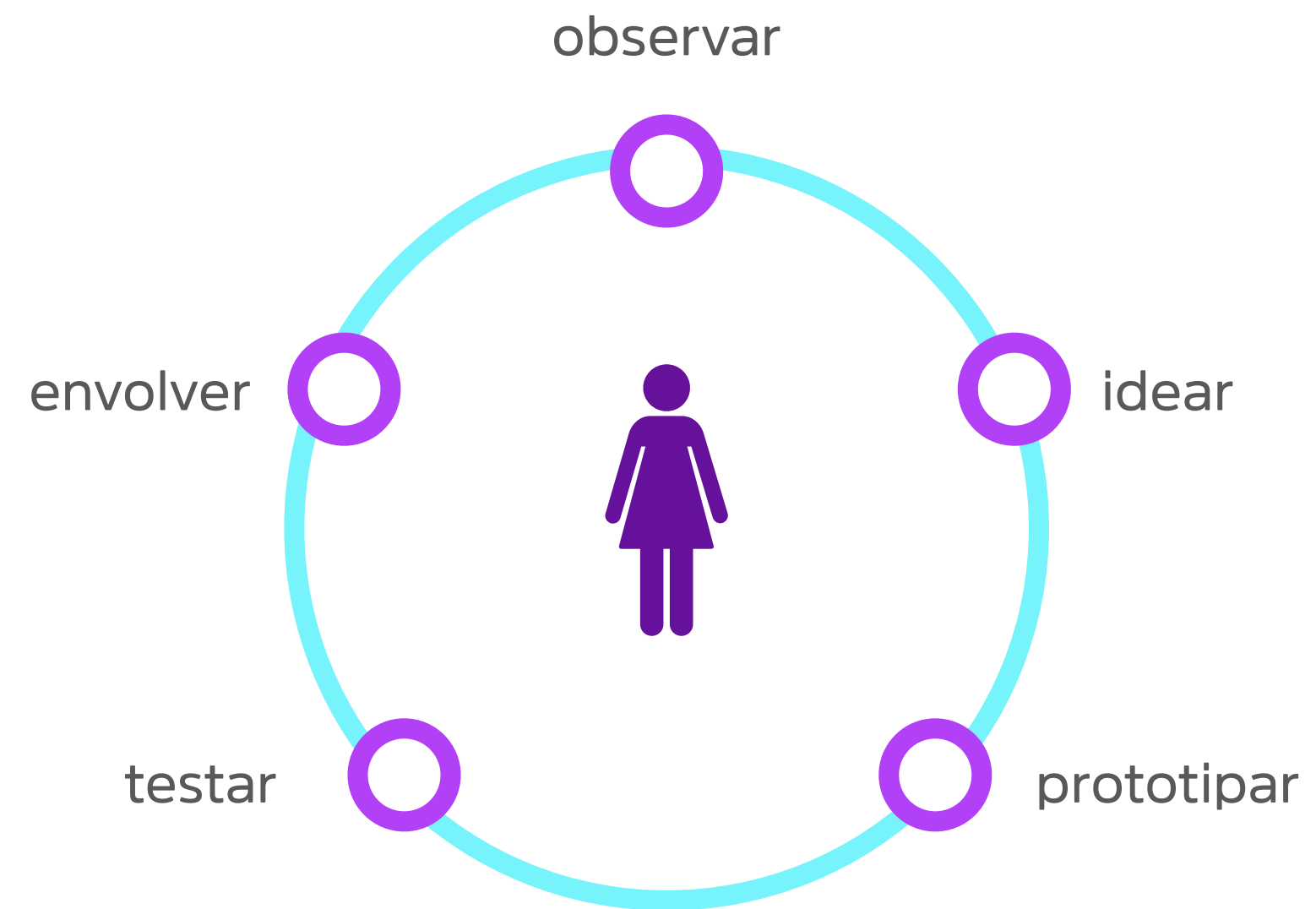
Marcas com um PONTO DE VISTA RELEVANTE SOBRE A VIDA apresentam maior receita...

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.

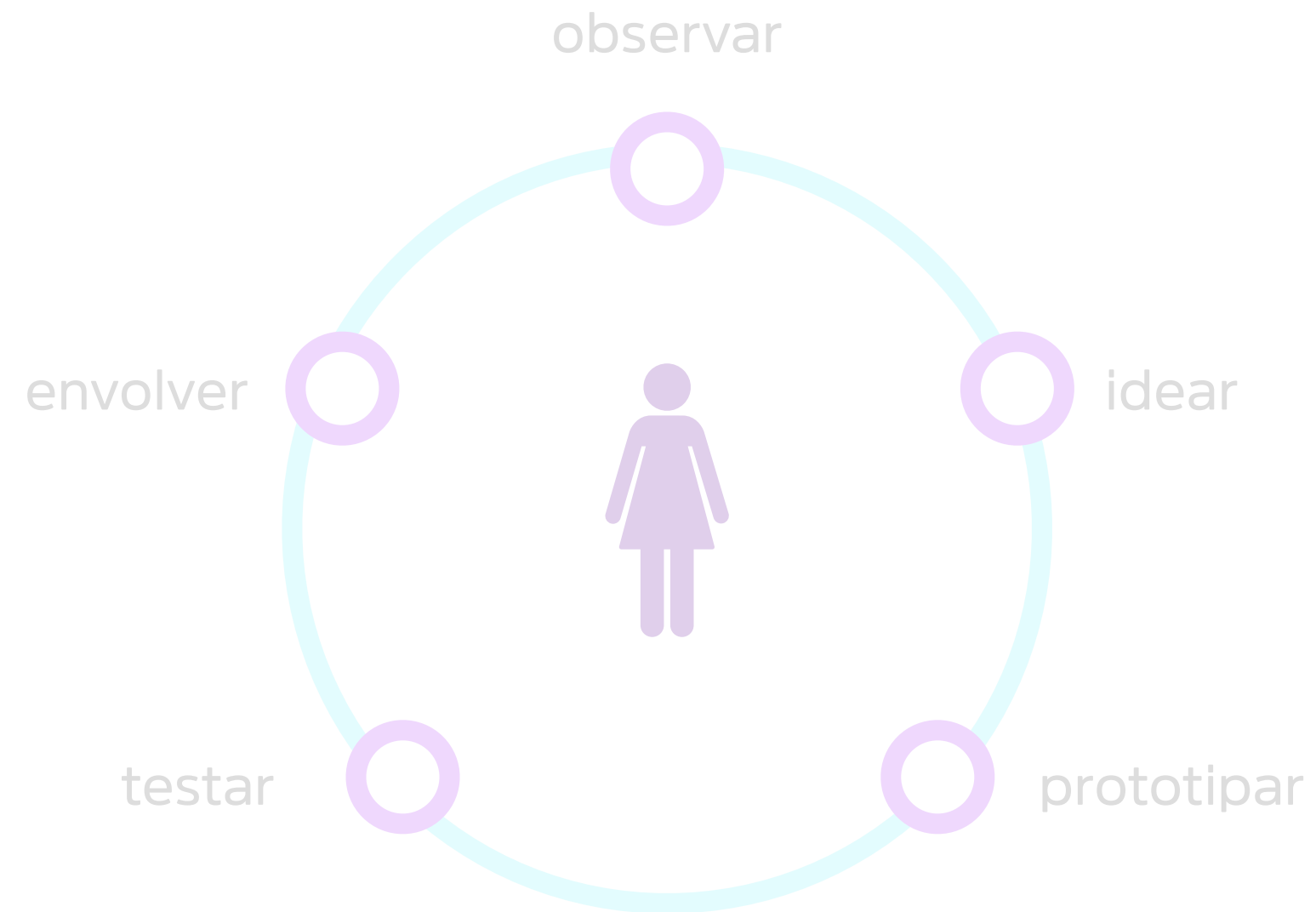


Fonte: **Millward Brown**

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 Cavalaria, Sadia, Hering, Havaianas, Ruffles, Fini entre outras.

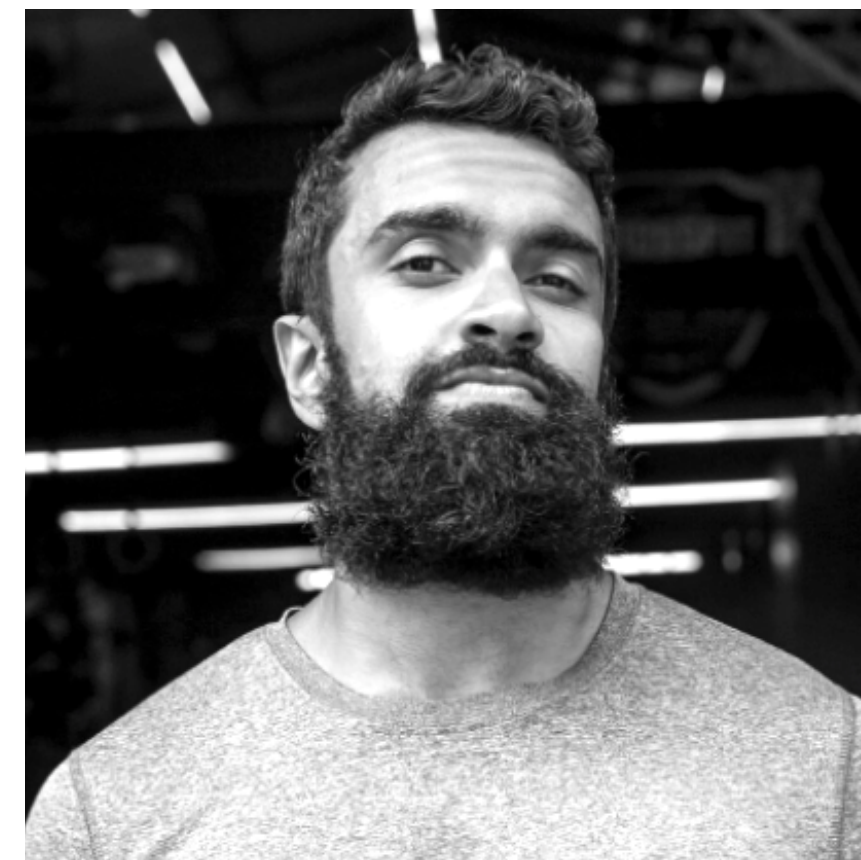
CORPO DOCENTE



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 Cavallera, 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, Panko, 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

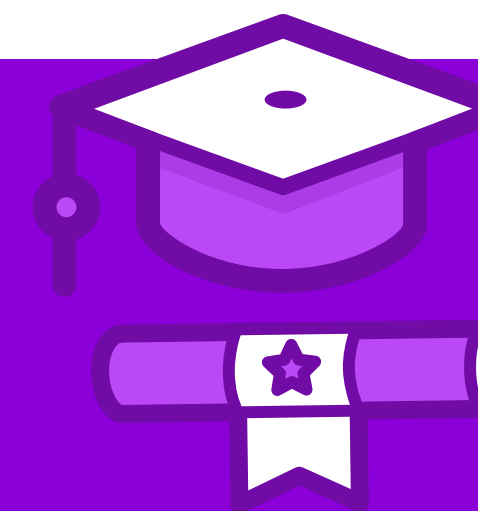
Aqui você vai aprender estratégias
e teoria enquanto executa projetos



4

TCC

Ao final, você conclui um
trabalho completo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega final do projeto



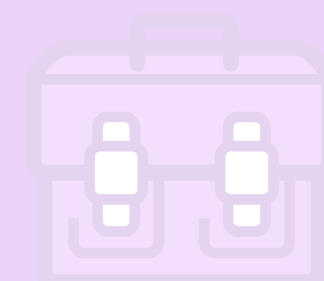
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

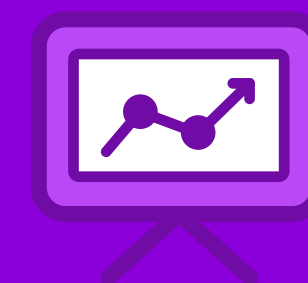
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo
e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e
funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega
final do projeto



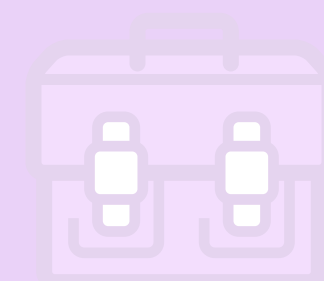
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis
em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual
de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os
seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para
bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional
criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

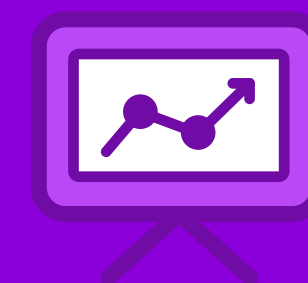
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo
e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e
funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega
final do projeto



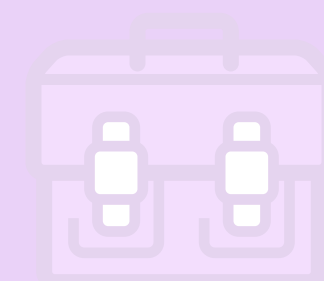
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis
em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual
de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os
seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para
bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional
criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

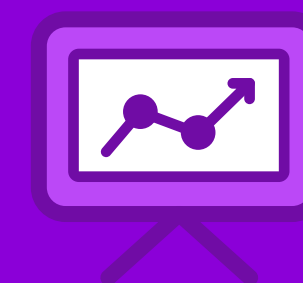
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega final do projeto



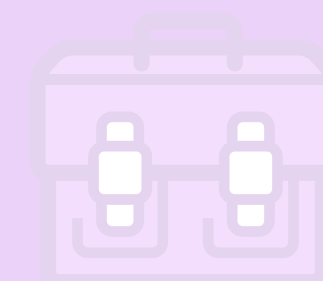
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

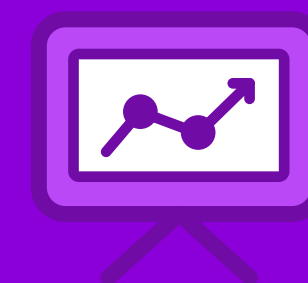
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega final do projeto



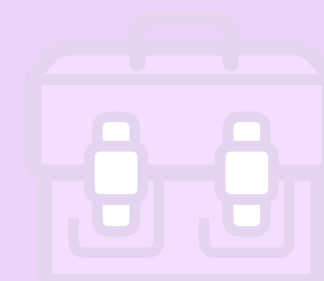
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

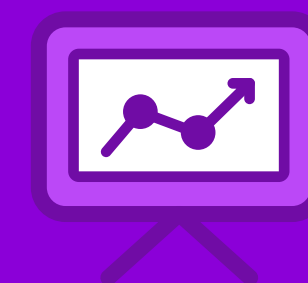
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega final do projeto



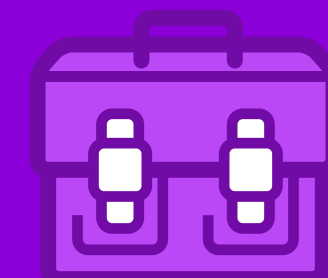
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

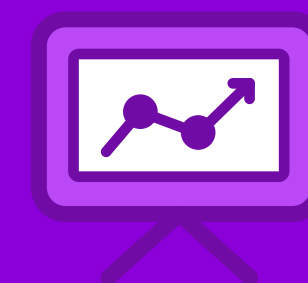
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega final do projeto



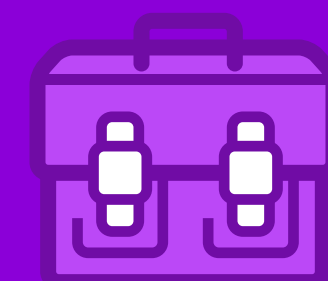
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os seus trabalhos na internet



IDENTIDADE

Criar peças gráficas para bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional criativo



O CURSO

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

"LEARNING BY DOING"

~20h

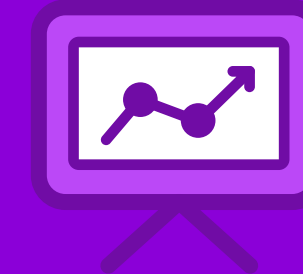
15
módulos

~10
lições



CREATIVE THINKING

Desconstruir o processo e pensar criativamente



ESTRATÉGIA

Ferramentas e funcionalidades



GERENCIAMENTO

Do briefing à entrega final do projeto



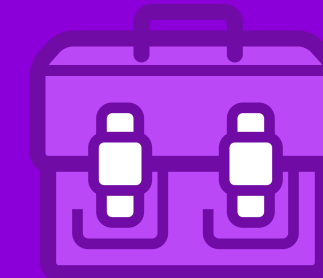
REFERÊNCIAS

Composições aplicáveis em diversas áreas



LOGO

Cartões de visita, visual de uma landing page, etc



PORTFÓLIO

Como organizar e mostrar os seus trabalhos na internet



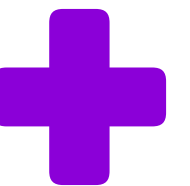
IDENTIDADE

Criar peças gráficas para bombar nas redes



APRESENTAÇÃO

Como construir seu racional criativo



**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

Ouçã 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>

branding &
identidade visual

—
OBRIGADA