

# BRAND MANAGEMENT

CONSTRUÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARCAS FARMACÊUTICAS

27 maio  
9.10 - 17.30  
Lisboa

# OBJETIVO DO CURSO

Dotar os participantes de uma compreensão sólida e aplicada do que é Brand Management no contexto farmacêutico, capacitando-os para gerir marcas de forma estratégica, consistente e orientada a valor de longo prazo.

## PÚBLICO-ALVO:

Brand Managers, Product Managers, Marketing Managers, Profissionais de marketing em contexto farmacêutico / CHCPerfis que gerem marcas ou portfólios.

No final da formação, os participantes poderão:

- Fazer um diagnóstico estratégico da sua marca
- Realizar um posicionamento estruturado
- Ter ferramentas práticas de gestão de marca
- Defender as decisões estratégicas da Brand

# CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

## MÓDULO 1

### O papel do Brand Manager hoje

- O Brand Manager como gestor da visão e do valor da marca
- Responsabilidades estratégicas e operacionais
- Principais erros na gestão de marcas farmacêuticas
- Diagnóstico da maturidade estratégica da marca

## MÓDULO 2

### A marca no contexto farmacêutico / CHC

- Especificidades do setor farmacêutico, OTC e CHC
- O papel do consumidor, do farmacêutico e da recomendação
- Confiança, credibilidade e diferenciação
- Impacto da regulação na gestão de marca

## MÓDULO 3

### Mercado, categoria e consumidor

- Análise de mercado e tendências
- Dinâmica de categoria e identificação de oportunidades
- Consumer insight: dores, barreiras e motivações
- Transformar dados em decisões estratégicas
- Identificação de insights e oportunidades por marca

## MÓDULO 4

### Posicionamento e identidade de marca

- O que é (e não é) o posicionamento
- Pontos de paridade e diferenciação
- Brand ladder, Benefit, RTB e Brand Essence
- Coerência da marca ao longo do tempo e dos pontos de contacto
- Construção do posicionamento de uma marca

## MÓDULO 5

### A marca como base das decisões de marketing

- Como a Brand influencia a comunicação, inovação, preço e trade
- A razão de muitos planos falharem por falta de clareza estratégica
- A brand como filtro de decisão

## A FORMADORA



Liliana Reis  
Marketing & Communication Manager  
GENERIS



Experiência consolidada em FMCG e Indústria Farmacêutica – OTC e RX, em duas áreas funcionais Marketing e Comercial.

Responsável pela análise estratégica do mercado, elaboração e implementação do Plano de Marketing e definição e análise/controlo de Budgets.

Com experiência em criação e implementação de campanhas publicitárias, negociação de media e contacto com agências criativas, de meios, de comunicação e marketing digital e forte capacidade analítica das tendências do consumidor e do mercado.

Responsável pelo lançamento de produtos e marcas, assim como desenvolvimento de packaging para o mercado português e internacional

# FORMAÇÃO RECOMENDADA

Uma oportunidade perfeita para consolidar e completar a sua formação

Formi**i**ventos

## PLANO DE MARKETING

DA ESTRATÉGIA À EXECUÇÃO COM IMPACTO NO NEGÓCIO

28 outubro  
9.10 - 17.30  
Lisboa

912 570 003  
Chamada para a rede móvel nacional

[formiventos.com](http://formiventos.com)

[geral@formiventos.com](mailto:geral@formiventos.com)

# BRAND MANAGEMENT

CONSTRUÇÃO E GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARCAS FARMACÊUTICAS

## LOCAL

Hotel Mercure Lisboa . Avenida José Malhoa, 23

## PREÇO

Inscrições até 29 de abril 649 € + iva

Inscrições após 29 de abril 699 € + iva

Inscrições BRAND MANAGEMENT + PLANO DE MARKETING 1249 € + iva

\*O valor da inscrição inclui a documentação *on-line* ,almoço e café

**27 maio**  
9.10 – 17.30  
**Lisboa**