

briefing

O novo agregador do marketing

INÍCIO MARKETING PUBLICIDADE MEDIA COMUNICAÇÃO OPINIÃO CONVERSAS NO TIVOLI CRIATIVIDADE VÍDEOS

O novo agregador do marketing • Marketing • Nova muda de imagem

Nova muda de imagem

16 Fevereiro 2011

A Nova School of Business and Economics estreou a 14 de Fevereiro uma identidade gráfica em inglês que equilibra a tradição de excelência da Instituição com os valores de inovação, determinação e dinamismo..



O resultado é um encontro entre o clássico e o moderno, numa clara aposta na internacionalização e orientação para o futuro.

A nova imagem, assente em dois quadrados imperfeitos, transmite a capacidade da Escola em formar pessoas com elevado potencial – powerful minds –, capazes de ser e pensar “outside the box”. A marca vive assim de duas entidades: A Nova, que surge num novo vermelho, mais luminoso e sofisticado, e a sua mensagem, a azul, que fica para sempre com alunos e antigos alunos da Instituição.

Para o Director da Escola, Professor José Ferreira Machado, “este rebranding reflecte o percurso de liderança da Nova, patente na nossa visão – estar entre os melhores na Europa. A nova imagem traduz o nível de excelência da nossa investigação, docência e alunos e reforça o nosso posicionamento no sentido de formar pessoas capazes de marcar a diferença, em qualquer lado do mundo. As nossas aulas são leccionadas totalmente em inglês, o nosso corpo docente alberga 24 nacionalidades e os nossos alunos mais de 50. É tempo de assumirmos a nossa vocação de Escola de nível internacional”.

Com algumas centenas de alunos estrangeiros, a Nova alcançou em 2010 mais quatro conquistas no caminho da internacionalização: a Acreditação Triple Crown, com as três principais creditações internacionais, dois mestrados no ranking internacional do Financial Times, a distinção, pelo terceiro ano consecutivo, de Top Business School, por votação de mil Directores de Escolas de Gestão de todo o mundo e os prémios Escola do Ano e Professor do Ano do CEMS, uma rede global de escolas líderes em economia e gestão e de empresas multinacionais, à qual pertence apenas uma escola por país.

melhores briefing

STOPLINE
FILMS



mais lido marketing

H3 abre primeira loja de rua da marca

BCP contrata Mourinho para dar "uma nova face" ao banco

Universidade Católica apresenta nova identidade

JCDecaux com campanha "Barriga Lisa" da Fitness

Grammy's adoptam cortiça natural para a sua edição de 2011

em destaque

