



| | |
|--|----------------------------|
| DISCIPLINA: Gestão de Produtos e Marcas | CÓDIGO: G05GPMA0.01 |
|--|----------------------------|

VALIDADE: Início: **03/2023**

Término: **07/2023**

Carga Horária: Total: 30 horas/aula Semanal: 02 aulas Créditos: 02

Modalidade: Teórica

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Básica

Ementa:

Gerência de Marcas no contexto da organização de Marketing. Fundamentos do conceito de marcas. Histórico da utilização de marcas. Marketing de experiência. Inovação em produtos. Etapas para lançamento de novos produtos. Ciclo de vida do produto. Estratégia para o ciclo de vida dos produtos. Análise do portfólio de produtos.

| Curso | Período | Eixo | Obrig. | Optativa |
|----------------|---------|------------------------------|--------|----------|
| Design de Moda | 3º | Gestão e Comunicação em Moda | X | |

Departamento/Coordenação: Departamento de Informática, Gestão e Design

INTERDISCIPLINARIDADES

| Pré-requisitos | Código |
|---------------------------|--------|
| Não há. | |
| Co-requisitos | |
| ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL A | |

Objetivos: *A disciplina devesse possibilitar ao estudante*

| | |
|---|--|
| 1 | Compreender a Gestão do Produto com interface em todas as áreas funcionais da organização, as principais etapas no lançamento e desenvolvimento de novos produtos. Conceitos de difusão de inovações e de ciclo de vida dos produtos, seu valor nas ferramentas para a gerência de produtos. Posicionamento do produto e o “nicho” que uma empresa ocupa no mercado. Gestão de Marcas e seu desempenho no valor estratégico para a lealdade do cliente e lucratividade do negócio. |
|---|--|

Avaliação

| |
|--|
| - 20 pontos: Prova escrita |
| - 30 pontos: Painel Semântico: Pesquisa de tendências de consumo de moda |
| - 10 pontos: Trabalho: Estudo de Marcas de Moda - Relatório |
| - 20 pontos Debate e Relatório: Os Desafios e Oportunidades do Polo da Moda de Divinópolis |
| - 20 pontos: Estudo Dirigido – MARKETING NAS REDES SOCIAIS |

Métodos Didáticos

| |
|--|
| Aulas expositivas dialogadas (utilização dos recursos audiovisuais disponíveis). |
| Debates e dinâmicas de grupos. |
| Seminários e palestras |

Atividades Complementares:

(Atividades não computadas na carga horária, que contribuam à melhoria do processo ensino-aprendizagem). Realização de trabalhos práticos individuais e em equipe.

| Unidades de ensino | | Carga-horária Horas/aula |
|---------------------------|---|-------------------------------------|
| 1 | UNIDADE 1 – Conceitos de Marketing | 4 |
| 2 | UNIDADE 2 – Gerência de Marcas | 4 |
| 3 | UNIDADE 3 – Fundamentos do conceito de marcas. Histórico da utilização de marcas | 4 |
| 4 | UNIDADE 4 – Marketing de experiência na moda | 6 |
| 5 | UNIDADE 5 – Inovação em produtos de moda | 6 |
| 6 | UNIDADE 6 – Criação de novos produtos. Ciclo de vida do produto. Análise do portfólio de produtos de moda | 6 |
| Total | | 30 |

Bibliografia Básica

| | |
|---|--|
| 1 | DILLON, Susan. Princípios de gestão de negócios de moda . São Paulo: G Gili, 2012. |
| 2 | GOMES, Maurício de Brito. Gestão de produtos e marcas . Rio de Janeiro, RJ: FGV, 2015. |
| 3 | IRIGARAY, Hélio Arthur Reis; LOURENÇO, Carlos Eduardo. Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas . Rio de Janeiro: FGV, 2019. |
| 4 | ROCHA, Marcos Donizete Aparecido; OLIVEIRA, Sérgio Luís Ignácio de. Gestão estratégica de marcas . São Paulo: Saraiva, 2017. |
| 5 | SAYEG, Carla Marcondes; DIX, Luis Tadeu. Gerência de produtos de moda . São Paulo: Estação da Letras e Cores, 2015. |

Bibliografia Complementar

| | |
|---|---|
| 1 | KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão Estratégica de Marcas . São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. |
| 2 | KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão do Valor da Marca: como criar e gerenciar marcas valiosas . Rio de Janeiro: Editora Senac, 2010. |
| 3 | OLIVEIRA, Sérgio Luis Ignácio; ROCAH, Marcos Donizete Aparecido. Gestão Estratégica de Marcas . São Paulo: Saraiva, 2014. |
| 4 | TAVARES, Mauro Calixta. Gestão de marcas: construindo marcas de valor . São Paulo: Harbra, 2008. |
| 5 | TOB, Meadows. Como montar e gerenciar uma marca de moda . São Paulo: G Gili, 2012. |



Emitido em 26/09/2023

PLANO DE ENSINO Nº 1680/2023 - DIGDDV (11.60.04)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 26/09/2023 11:24)

ANTONIO GUIMARAES CAMPOS
PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO
DIGDDV (11.60.04)
Matrícula: ###098#5

(Assinado digitalmente em 26/09/2023 11:39)

EDILSON HELIO SANTANA
COORDENADOR
CDMODDV (11.51.25)
Matrícula: ###507#3

Visualize o documento original em <https://sig.cefetmg.br/documentos/> informando seu número: **1680**, ano: **2023**, tipo: **PLANO DE ENSINO**, data de emissão: **26/09/2023** e o código de verificação: **423a089ae5**