

## Plano de Ensino

<b>CAMPUS DIVINÓPOLIS</b>	
<b>DISCIPLINA:</b> Pesquisa de Mercado e Branding	<b>CÓDIGO:</b> G05PMBR0.01

Início: **03/2025**

**Carga Horária:** Total: 30 horas/aula

Semanal: 2 aulas/aula

Créditos: 2

**Natureza:** (Teórica)

**Área de Formação - DCN:** (Específica)

**Departamento que oferta a disciplina:** DMGED-DV – Departamento de Moda, Gestão e Design

### Ementa:

Conceitos fundamentais de estudos de mercado. Principais metodologias (quantitativas e qualitativas). Estratégias para obtenção de informação (internas, externas, primárias e secundárias). Etapas da pesquisa. Tipos de pesquisas. Elaboração do *briefing*. Elaboração de estudos completos (quantitativo e qualitativo). Métodos para coleta de dados e trabalho de campo. Análise e desenho de relatório. Pesquisa de mercado pela internet. Estudo de casos aplicados..

Curso(s)	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Design de Moda	7°	Gestão e Comunicação em Moda	X	

### INTERDISCIPLINARIDADES

<b>Prerrequisitos-</b>
Marketing e Comunicação de Moda, Semiótica e Comunicação.
<b>Correquisitos-</b>
Não se aplica

<b>Objetivos:</b> <i>A disciplina deverá possibilitar ao estudante</i>	
1	Aprender ferramentas de pesquisa de mercado qualitativa e quantitativa.
2	Pensar estrategicamente na gestão de marcas no mercado competitivo.
3	Identificar o posicionamento de uma empresa, produto ou serviço, de acordo com o seu ciclo de vida.
4	Desenvolver o Branding de uma marca de Moda.
5	

<b>Unidades de ensino</b>	<b>Carga-horária Horas/aula</b>
---------------------------	---------------------------------

### Plano de Ensino

1	UNIDADE 1 – Marketing para o século XXI Evolução do Marketing e da Moda: Marketing 1.0; Marketing 2.0; Marketing 3.0; Marketing 4.0; Marketing 5.0 Marketing 4.0: do tradicional ao digital: o que muda? Marketing 5.0: Marketing 5.0: a integração entre tecnologia e fator humano. Tarefa as Tendências marketing 5.0	2
2	UNIDADE 2 – Mercados e Ambientes de Marketing Sistema de Informação de Marketing Análise do Microambiente de Marketing Análise do Macroambiente de Marketing Papel da pesquisa de mercado no SIM.	4
3	UNIDADE 3 – Pesquisa de Mercado Pesquisa de mercado: conceitos, fundamentos e aplicabilidade Metodologias, fontes de informação e tipos de pesquisa Classificação da pesquisa de mercado A função da pesquisa de mercado na tomada de decisões gerenciais. Etapas da pesquisa de marketing	8
4	Unidade 4 – Branding o Posicionamento da Marca. Desenvolver uma identidade de marca clara e coerente que reflita a missão, visão e valores da empresa, alinhada com as expectativas do consumidor moderno.	8
5	UNIDADE 5 – Medição e Análise de Resultados. Utilizar métricas de desempenho para avaliar a eficácia das estratégias de branding, ajustando conforme necessário para manter a marca relevante e ressonante com seu público-alvo.	4
6	Atividades Avaliativas – a serem realizadas ao longo do semestre	4
<b>Total</b>		<b>30</b>

Bibliografia Básica	
1	CAMEIRA, Sandra Ribeiro. <b>Branding + design</b> : a estratégia na criação de identidades de marca. São Paulo: Senac-SP, 2016.
2	DANTAS, Edmundo Brandão; LIMA, Samuel Pantoja. <b>Pesquisa de mercado</b> : fundamentos teórico-metodológicos aplicados a estudos de publicidade e de opinião. Brasília: Senac Distrito Federal, 2018. 224 p.
3	SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. <b>Pesquisa de marketing</b> : conceitos e metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 272 p.



### Plano de Ensino

Bibliografia Complementar	
1	BARNARD, Malcolm. <b>Moda e comunicação</b> . Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003. 267 p. Título original: Fashion as communication.
2	KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; YAMAMOTO, Sonia Midori. <b>Administração de marketing</b> . 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018. ISBN 9788543024950.
3	LIMEIRA, Tania M. Vidigal (Tania Maria Vidigal). <b>Comportamento do consumidor brasileiro</b> . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
4	MORACE, Francesco. <b>Consumo autoral</b> : os novos núcleos geracionais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. 248 p.



*PLANO DE ENSINO N° 209/2025 - DIGDDV (11.60.04)*

*(N° do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)*

*(Assinado digitalmente em 30/03/2025 17:53 )*

*ANTONIO GUIMARAES CAMPOS  
PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO  
DMGEDDV (11.60.12)  
Matrícula: ###098#5*

*(Assinado digitalmente em 01/04/2025 08:50 )*

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

*(Assinado digitalmente em 29/03/2025 20:30 )*

*MARCELO LORENTZ RICARDO  
PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO  
DIGDDV (11.60.04)  
Matrícula: ###756#2*

Visualize o documento original em <https://sig.cefetmg.br/documentos/> informando seu número: 209, ano: 2025, tipo: **PLANO DE ENSINO**, data de emissão: 29/03/2025 e o código de verificação: **12fe1a00af**