



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

|   |                                    |
|---|------------------------------------|
| <b>DISCIPLINA:</b> Gestão Mercadológica II  |                                    |
| <b>Vigência:</b> a partir de 2021/2   | <b>Período letivo:</b> 3º semestre |
| <b>Carga horária total:</b> 60h   | <b>Código:</b> LJ_TPG.0028         |
| <b>Ementa:</b> Detalhamento dos processos de criação aplicados ao marketing; Estudo da marca, identidade visual e <i>branding</i> ; Aprofundamento das imagens na contemporaneidade por meio das novas mídias; Estudo de tópicos contemporâneos em marketing; Análise de casos de marketing e aplicação de ferramentas/ações mercadológicas |                                    |

### Conteúdos

UNIDADE I – Processos de criação e criatividade aplicados ao marketing

- 1.1 Fundamentos da linguagem visual
- 1.2 Práticas em processos de criação
- 1.3 Prática fotográfica aplicada à publicidade e ao marketing.
- 1.4 Leitura de imagens com foco em materiais publicitários.

UNIDADE II - Identidade visual, marca e *Branding*

- 2.1 Conceitos básicos: Identidade visual, logotipo e marca
- 2.2 Evolução histórica da marca
- 2.3 Identidade de marca
- 2.4 Estudo de marca e seus elementos
- 2.5 *Rebranding*
- 2.6 Estudo de casos sobre marca, identidade visual e *branding*

UNIDADE III – Imagens na contemporaneidade e novas mídias

- 3.1 Conceitos de imagem
- 3.2 Imagens na contemporaneidade
- 3.3 Indústria cultural e cultura visual
- 3.4 Novas mídias em comunicação
- 3.5 Princípios básicos da fotografia

UNIDADE IV - Tópicos contemporâneos, casos e aplicações de marketing

- 4.1 As interfaces do marketing na atualidade
- 4.2 Abordagem prática de casos de marketing
- 4.3 Reflexões sobre soluções de marketing
- 4.4 Aplicações de ferramentas de marketing
- 4.5 Desenvolvimento de ações de marketing



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

### **Bibliografia básica**

CARVALHO, Anna. **Identidade Visual**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2021.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 15. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2018.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 9. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

### **Bibliografia complementar**

CARROLL, Henry. **Seja um fotógrafo superincrível: 20 desafios fotográficos inspirados pelos mestres**. Osasco, SP: Gustavo Gili, 2019.

COBRA, Marcos; URDAN, André Torres. **Marketing Básico**. 5.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3.ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2015

KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. São Paulo: Sextante, 2017.

RIBEIRO, Lais Conceição. **Gestão de Marca e Branding**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2021.