



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

DISCIPLINA: Marketing e Design	
Vigência: a partir de 2014/1	Período letivo: 5º semestre
Carga horária total: 30 h	Código: DES.033
Ementa: A disciplina estuda o conceito de marketing, seu sistema e sua importância no contexto socioeconômico e organizacional, além de estabelecer a inter-relação do marketing com o design.	

Conteúdos

UNIDADE I – Fundamentos de Marketing

- 1.1 Conceitos
- 1.2 Necessidade x desejo
- 1.3 Histórico evolutivo do marketing: gerações e filosofias
- 1.4 O ambiente de marketing
- 1.5 Aplicações do marketing
- 1.6 Composto de marketing (mix)
- 1.7 A pesquisa de marketing

UNIDADE II – A Relação do Marketing com o Design

- 2.1 O marketing e os projetos de design

Bibliografia básica

BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. **Gestão estratégica do design:** como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa. São Paulo: M. Books, 2010.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital:** tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

Bibliografia complementar

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda.** São Paulo: Atlas, 2012.
MESTRINER, Fabio. **Design de embalagem.** 2. ed. São Paulo: Prentice hall, 2005.

NEUMEIER, Marty. **The brand gap:** O abismo da marca: como construir a ponte entre estratégia e o design. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

NEUMEIER, Marty. **A empresa orientada pelo design:** como construir uma cultura de inovação permanente. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais:** estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais - cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2. ed. São Paulo: M. Books, 2011.