

GESTÃO DE MARCAS

Ementa

Introdução à gestão de marcas. Branding como aspecto estratégico. Elementos da marca e suas funções. Imagem e identidade de marca. Estratégia de marca e posicionamento. Valor de marca. Extensões de marca e arquitetura de marca.

Plano de Aula

1. Introdução à gestão de marcas
2. Elementos da marca
3. Imagem e identidade de marca
4. Gestão para criação de valor de marca
5. Arquitetura de marca

Bibliografia

AAKER, D. A. Marca: Brand Equity: gerenciando o valor de marca. Rio de Janeiro: Elsevier: 1998.

AAKER, D. A. Construindo marcas fortes. Porto Alegre: Bookman, 2007.

AAKER, D. A. On Branding: 20 princípios que decidem os sucessos das marcas. Porto Alegre: Bookman, 2015.

CHEVALIER, M.; MAZZALOVO, G. Pró logo: marcas como fator de progresso. São Paulo: Panda Books, 2007.

KAPFERER, J. As marcas, capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes. Porto Alegre: Bookman, 2003.

KAPFERER, J. O que vai mudar as marcas. Porto Alegre: Bookman: 2004.

KAPFERER, J. New strategic brand management: creating and sustaining

brand equity long. London: Kogan Page, 2008.

KELLER, K.L.; MACHADO, M. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MARTINS, J.R. Branding O manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas. Copyright, 2006.

HEDING, T.; KNUDTZEN, C. F.; BJERRE, M. Brand Management: research, theory and practice. Nova York: Routledge, 2015.

WHEELER, A. Design de Identidade da Marca. Porto Alegre: Bookman, 2019.