



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Código: EGR7133	Disciplina: Branding Emocional		
Carga horária semestral: 72 h/a	Teórica: 18	Prática: 54	
Pré-requisito: Módulo Introdutório	Equivalência: ---		Ofertada ao curso: Design
Tipo: obrigatória	Fase: Módulo de Projetos	Conjunto: EGR7132 e EGR7133 e EGR7134	
Professor: Marília Matos Gonçalves	E-mail do professor: marilinhamt@gmail.com		

Ementa	Percepção e marca; emoção e marca; criação de conceito; criação de logotipo; manual de identidade corporativa; avaliação de resultados; ações de branding; <i>brand book</i> .
Objetivos da Disciplina	GERAL: Aprofundar os conhecimentos do aluno no que diz respeito à teoria e à prática contemporâneas do branding. ESPECÍFICOS: Conceituar marca e branding Conhecer a história de branding Conhecer as ferramentas de branding Entender e saber aplicar estratégias de branding nas corporações
Conteúdo Programático	Branding – conceito e história Metodologias de projeto de marca Metodologia TXM Cocriação Considerações sobre marca Briefing

Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima | Florianópolis

(48) 3721-3728 | design@contato.ufsc.br | <https://design.ufsc.br/> | [@designufsc](https://www.instagram.com/designufsc)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

	Pesquisa preliminar Análise SWOT Evento Criativo Apresentação do DNA Painel Semântico Mapa semântico Benchmarking Propósito Posicionamento Target (arquétipo >> persona) Concorrentes Naming
Bibliografia	Briefing: https://www.blucher.com.br/livro/detalhes/como-se-cria-86 (clique em amostra) Reconheça que a marca são ativos estratégicos: https://loja.grupoa.com.br/on-branding-20-principios-que-de-cidem-o-sucesso-das-marcas-ebook-p987919?tsid=34 (clique em amostra) Introdução à indústria da moda: https://loja.grupoa.com.br/como-montar-e-gerenciar-uma-mar-ca-de-moda-ebook-p986171?tsid=34 (clique em amostra) Ser Reconhecido ou Ser Apenas Mais Um Nome na Multidão: https://loja.grupoa.com.br/gestao-de-marcas-em-merca-dos-b2b-ebook-p986723?tsid=34 (clique em amostra) Constatação: situando a prática das marcas: https://loja.grupoa.com.br/marcas-a-prova-de-pratica-p987009?tsid=34 (clique em amostra) O básico das marcas: https://loja.grupoa.com.br/design-de-identidade-da-marca-5ed9788582605134-p1005508?tsid=34 (clique em amostra) Propósito de marca: http://tede.ufsc.br/teses/PGDE0124-D.pdf Análise SWOT no Brand DNA Process: http://tede.ufsc.br/teses/PGDE0082-D.pdf <i>Conforme o andamento das aulas, outros textos podem ser incorporados a esta lista.</i>

Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima | Florianópolis

(48) 3721-3728 | design@contato.ufsc.br | <https://design.ufsc.br/> | [@designufsc](https://www.instagram.com/designufsc)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Avaliação	Nota 1: ATIVIDADE 6 – Entrega do DNA (20%) Nota 2: ATIVIDADE 7 – Vídeo do propósito (20%) Nota 3: ATIVIDADE 8 – Questionário online (20%) Nota 4: média da disciplina EGR7132 (40%)
------------------	--

Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima | Florianópolis

(48) 3721-3728 | design@contato.ufsc.br | <https://design.ufsc.br/> | [@designufsc](https://www.instagram.com/designufsc)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Matriz instrucional

Tópico/tema e carga horária	Conteúdos	Objetivos de aprendizagem	Recursos didáticos	Atividades e estratégias de interação	Avaliação e feedback
Tópico/tema: - APRESENTAÇÃO DA DISCIPLINA - CONCEITOS - METODOLOGIA - ATIVIDADES DO PROJETO Carga horária equivalente: 16 h/a = 13.3h 6 h/a síncrona 7.3h/a assíncrona	1) Apresentação da disciplina; 2) Apresentação cliente; 3) Branding (conceito e história); 4) Metodologias de Projeto; 5) Metodologia TXM Process 6) Briefing ; 7) Análise SWOT ; 8) Evento Criativo ; (definição do DNA da marca).	- Conceituar marca e branding; - Conhecer a história de branding; - Conhecer o cliente de projeto; - Conhecer metodologias de projeto de marca e em especial a TXM Branding; - Realizar um briefing; - Conhecer e aplicar a ferramenta Análise SWOT; - Definir o DNA da marca em um evento criativo	- Aula síncrona (ao vivo online : 07:30 – 09:00) Aulas 1, 2, 3 e 4 (teoria e tira dúvidas) - Apresentação em PDF	- Análise SWOT; - Realização de uma entrevista de briefing com cliente; - Realização de evento criativo online.	Atividade sem nota: ATIVIDADE 1 Atividade em pequenos grupos (equipes de projeto): Análise SWOT. (entrega pelo moodle) Data: 21 de junho (até 23h) Feedback: Devolução da análise SWOT para o grande grupo (todos os alunos)

Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima | Florianópolis

(48) 3721-3728 | design@contato.ufsc.br | <https://design.ufsc.br/> | [@designufsc](https://www.instagram.com/designufsc)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Tópico/tema: - EVENTO CRIATIVO (O que é?) - APRESENTAÇÃO DO DNA DA MARCA (mapa e painel semântico) Carga horária equivalente: 4 h/a = 3,3h 1,5 h/a síncrona 1,9 h/a assíncrona	1) Explicação sobre o evento criativo; 2) Apresentação do DNA da marca (mapa e painel semântico)	- Retomar o conteúdo executado e montar o desenvolvimento da próxima atividade. - Conhecer e praticar elaboração de mapa e painel semântico	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00)) Aula 5 (teoria e tira dúvidas) - Apresentação em PDF	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas <i>Atividade assíncrona:</i> Elaboração do painel e do mapa semântico	Avaliação: ATIVIDADE 2 Entrega (por equipe) do mapa e do painel semântico (via moodle) Data: ?? de junho (até 23h) Feedback: Retorno dos arquivos corrigidos
Tópico/tema: - APRESENTAÇÃO DO DNA DA MARCA (benchmarking) Carga horária equivalente: 4 h/a = 3,3h 1,5 h/a síncrona 1,9 h/a assíncrona	1) Apresentação do DNA da marca (benchmarking)	- Entender o conceito e uso no contexto do projeto de marca e praticar a ferramenta benchmarking	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00)) Aula 6 (teoria e tira dúvidas) - Apresentação em PDF	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas <i>Atividade assíncrona:</i> Elaboração do benchmarking	Avaliação: ATIVIDADE 3 Entrega (por equipe) do benchmarking (via moodle) Data: ?? de junho (até 23h) Feedback: Retorno dos arquivos corrigidos

Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima | Florianópolis

(48) 3721-3728 | design@contato.ufsc.br | <https://design.ufsc.br/> | [@designufsc](https://www.instagram.com/designufsc)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Tópico/tema: - PROPÓSITO DA MARCA Carga horária equivalente: 8 h/a = 6,6h 3 h/a síncrona 3,6 h/a assíncrona	1) Propósito de marca	- Entender o que é um propósito de marca, e definir o propósito da marca do cliente (CLIENTE)	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00) Aula 7 (teoria e tira dúvidas) Aula 8 (especial tira dúvidas) - Apresentação em PDF	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas <i>Atividade assíncrona:</i> Utilizar o diagrama de propósito para elaborar a frase de propósito do cliente CLIENTE	Avaliação: ATIVIDADE 4 Entrega (por equipe) da frase do propósito da marca (via moodle) Data: ?? de junho (até 23h) Feedback: Retorno dos arquivos corrigidos com comentários
Tópico/tema: - POSICIONAMENTO DA MARCA (naming) - REGISTRO DE MARCA Carga horária equivalente: 8 h/a = 6,6h 3 h/a síncrona 3,6 h/a assíncrona	1) Posicionamento da marca (naming) 2) Registro de marca	- Entender o que é e como se pode definir o nome de uma marca - Entender como se pesquisa e faz o registro de marca	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00) Aulas 9 e 10 (teoria e tira dúvidas)	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas	ATIVIDADE 5 Entrega (por equipe) de um documento PDF com 5.1 os resultados da busca junto ao INPI 5.2 apresentação do nome da marca Data: ?? de julho (até 23h)

Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima | Florianópolis

(48) 3721-3728 | design@contato.ufsc.br | <https://design.ufsc.br/> | [@designufsc](https://www.instagram.com/designufsc)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Tópico/tema: - POSICIONAMENTO DA MARCA (target) Carga horária equivalente: 8 h/a = 6,6h 3 h/a síncrona 3,6 h/a assíncrona	1) Posicionamento da marca (target)	- entender o que é e como se pode definir o target de uma marca - elaborar as personas da marca	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00) Aula 11 (teoria e tira dúvidas) Aula 12 (especial tira dúvidas) - Apresentação em PDF	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas <i>Atividade assíncrona:</i> <i>Elaboração das personas do target para a marca</i> <i>CLIENTE</i>	Avaliação: ATIVIDADE 6 Entrega (por equipe) das personas da marca (via moodle) Data: ?? de julho (até 23h) Feedback: Retorno dos arquivos corrigidos
--	--	--	--	---	--

Tópico/tema: - POSICIONAMENTO DA MARCA (concorrentes) Carga horária equivalente: 4 h/a = 3,3h 1,5 h/a síncrona 1,9 h/a assíncrona	1) Posicionamento da marca (concorrentes)	- entender a diferença entre similares e concorrentes diretos e indiretos - exercitar a definição de concorrentes	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00) Aula 13 (teoria e tira dúvidas) - Apresentação em PDF	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas <i>Atividade assíncrona:</i> <i>Definição dos concorrentes diretos e indiretos da marca</i> <i>CLIENTE</i>	Avaliação: ATIVIDADE 7 Entrega (equipe) do DNA da marca (via moodle) ATIVIDADE 8 Entrega (por equipe) vídeo do propósito da marca(via moodle) Feedback: Retorno dos arquivos corrigidos Data: ?? de julho (até 23h)
Tópico/tema: - FECHAMENTO DA DISCIPLINA Carga horária equivalente: 4 h/a = 3,3h 1,5 h/a síncrona 1,9 h/a assíncrona	1) Fechamento da Etapa T 2) Questionário	- fechar as atividades da etapa T: Propósito + vídeo + DNA + Posicionamento	- Aula síncrona (ao vivo online (07:30 – 09:00) Aula 14 (Questionário online)	<i>Atividade síncrona:</i> Aula online (ao vivo) e tira dúvidas <i>Atividade assíncrona:</i> Avaliação (questionário online)	ATIVIDADE 9 Avaliação (questionário online) Data: 06 de julho (até 23h)



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

Registro de frequência:

O registro da frequência se dará mediante entrega das atividades propostas e participação em atividades síncronas.

- nas atividades síncronas a presença será registrada através do acesso ao ambiente da aula online
- nas atividades assíncronas a presença será registrada através da entrega das atividades propostas (ATIVIDADES 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8)

Estratégias de Interação e feedback:

As aulas serão síncronas e assíncronas (organizadas basicamente através de aulas online e material em PDF), propostas no ambiente Moodle, de maneira que todos os discentes possam ter acesso ao conteúdo. Os materiais das aulas serão postados no Moodle para leitura e desenvolvimento das atividades a serem propostas. A interação entre professor e alunos se dará em ambiente virtual e por meio de envio de mensagens de e-mail, entre outros.

Para o desenvolvimento das atividades, serão realizados atendimentos online para discussão e dúvidas, etc.

Em acordo com o Ofício Circular Conjunto No 003/2021/PROGRAD/SEAI, em seu item "3", a PROGRAD – Pró-Reitoria de Graduação e a SEAI - Secretaria de Aperfeiçoamento Institucional apresentam algumas recomendações de modo a resguardar direitos e conferir maior segurança no ambiente virtual:

- Espera-se dos(as) discentes condutas adequadas ao contexto acadêmico. Atos que sejam contra: a integridade física e moral da pessoa; o patrimônio ético, científico, cultural, material e, inclusive o de informática; e o exercício das funções pedagógicas, científicas e administrativas, poderão acarretar abertura de processo disciplinar discente, nos termos da Resolução nº 017/CUn/97, que prevê como penalidades possíveis a advertência, a repreensão, a suspensão e a eliminação (desligamento da UFSC).
- Devem ser observados os direitos de imagem tanto de docentes, quanto de discentes, sendo vedado disponibilizar, por quaisquer meios digitais ou físicos, os dados, a imagem e a voz de colegas e do(a) professor(a), sem autorização específica para a finalidade pretendida e/ou para qualquer finalidade estranha à atividade de ensino, sob pena de responder administrativa e judicialmente.
- Todos os materiais disponibilizados no ambiente virtual de ensino aprendizagem são exclusivamente para fins didáticos, sendo vedada a sua utilização para qualquer outra finalidade, sob pena de responder administrativa e judicialmente.
- Somente poderão ser gravadas pelos discentes as atividades síncronas propostas mediante concordância prévia dos docentes e colegas, sob pena de responder administrativa e judicialmente.
- A gravação das aulas síncronas pelo(a) docente deve ser informada aos discentes, devendo ser respeitada a sua liberdade quanto à exposição da imagem e da voz.



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2021.1 | Não Presencial

- f) A liberdade de escolha de exposição da imagem e da voz não isenta o(a) discente de realizar as atividades avaliativas originalmente propostas ou alternativas, devidamente especificadas no plano de ensino.
- g) Os materiais disponibilizados no ambiente virtual possuem licenças de uso e distribuição específicas, a depender de cada situação, sendo vedada a distribuição do material cuja licença não o permita, ou sem a autorização prévia dos(as) professores(as) para o material de sua autoria.

* Plano de ensino e matriz instrucional elaborados conforme a Resolução Normativa 140/2020/CUn.