



Instituto Superior de Economia e Gestão  
UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

## COMPORTAMENTO DE MERCADOS & GESTÃO DE MARCAS

### NOTA INTRODUTÓRIA

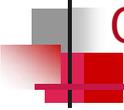
Prof.<sup>a</sup> Margarida Duarte  
2011-2012  
ISEG

© Margarida Duarte - ISEG

## OBJECTIVOS

- ✿ A disciplina de *Comportamento de Mercados e Gestão de Marcas* procura cobrir tópicos relevantes para conhecer melhor o cliente e influenciar positivamente as decisões da marca que se colocam às organizações.





## OBJECTIVOS

---

- ✿ Os objectivos centrais desta disciplina são:
  - ✿ Melhorar a compreensão de tópicos importantes no planeamento e avaliação de estratégias para a marca; e
  - ✿ Dar a conhecer as teorias, modelos e outras ferramentas que podem contribuir para melhorar as decisões associadas à gestão de marcas.



## Programa

---

- ✿ **BLOCO 1 – Comportamento de Mercados**
  - ✿ Pesquisa de Mercado
  - ✿ Desvendar a Mente do Mercado: O Núcleo Psicológico
  - ✿ O Consumidor como Decisor
    - ✿ Decisão Individual
    - ✿ Decisão a Nível de Grupos e do Agregado Familiar
  - ✿ Comportamento de Mercados e Estratégia da Marca



## Programa (2)

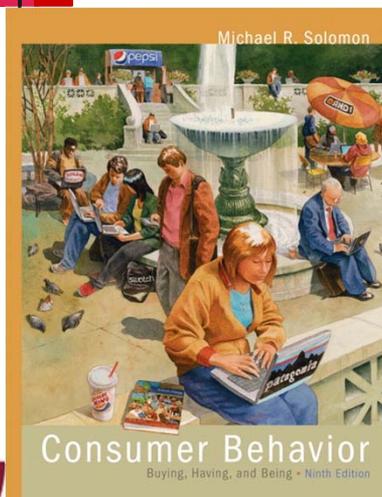
### ✿ BLOCO 2 – Gestão de Marcas

- ✿ Introdução: Marcas e Gestão de Marcas
- ✿ Identificação e Estabelecimento de Posicionamento e de Valores da Marca
- ✿ Planeamento e Implementação de Programas de Marketing da Marca
- ✿ Mensuração e Interpretação do Desempenho da Marca
- ✿ Crescimento e Sustentabilidade do Capital da Marca
- ✿ Tópico Complementar: Gestão da Reputação da Empresa



5

## Bibliografia Principal – Bloco 1

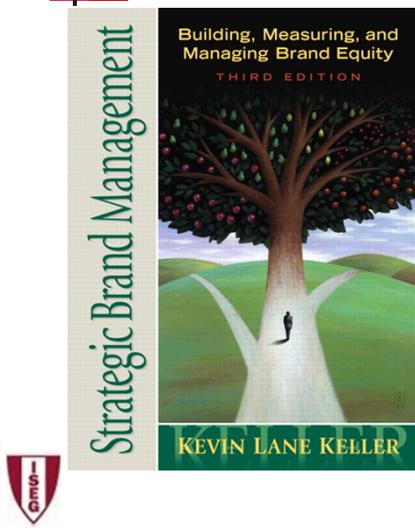


Solomon, M. (2011),  
*Consumer Behavior*, 9<sup>a</sup>  
Edição, Upper Saddle River,  
NJ: Prentice-Hall.



6

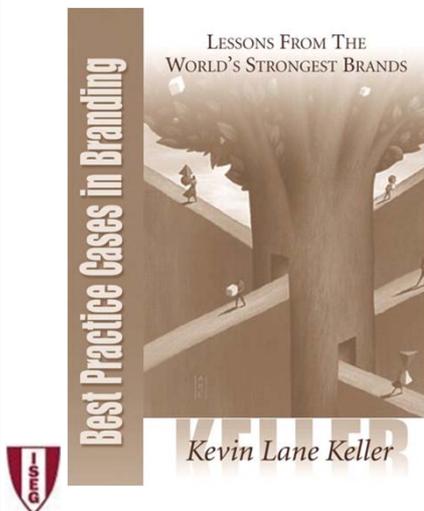
## Bibliografia Principal – Bloco 2 (1)



Keller, K. L. (2008), *Strategic Brand Management*, 3<sup>a</sup> Edição, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

7

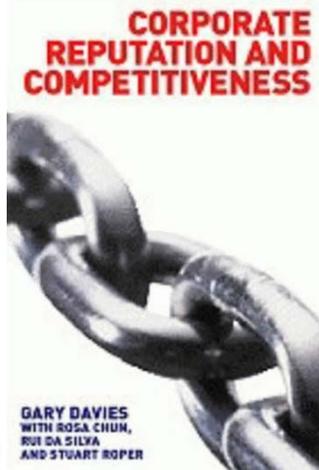
## Bibliografia Principal – Bloco 2 (2)



Keller, K. L. (2003), *Best Practice Cases in Branding*, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

8

## Bibliografia Principal – Bloco 2 (3)



Davies, Gary et al. (2002),  
*Corporate Reputation and  
Competitiveness*, Routledge.

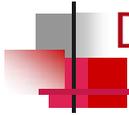
9

## Avaliação de Conhecimentos

- ✿ A avaliação de conhecimentos será feita de forma diversificada. Para além de uma prova final individual (60%), envolverá trabalhos individuais, trabalhos de grupo, resolução de casos e participação nas aulas (individual & em grupo).



10



## Docente & Contactos

---

- ✿ Margarida Duarte
- ✿ Gab. 306 – Rua Miguel Lúpi, 20
- ✿ Telefone do gabinete (directo):  
213 925 951 (*ou* Ext. 4951)
- ✿ E-mail: [mduarte@iseg.utl.pt](mailto:mduarte@iseg.utl.pt)

