

Índice

Lista de Siglas e Acrónimos.....	xii
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Tabelas.....	xv
Introdução.....	xvii
Capítulo I.....	19
1. Enquadramento Temático.....	21
1.1 Elementos Caracterizadores de um Objeto de Design.....	21
1.1.1 Identidade da Marca.....	23
1.2 Estudo da Marca.....	25
1.3 Diferenciação, Posicionamento, Sustentabilidade da Marca.....	27
1.3.1 Vantagens do Valor da Marca.....	30
1.3.2 Gestão da Marca.....	31
1.3.3 A Estratégia para uma Marca Forte.....	32
1.3.4 A Importância do Design para uma Marca.....	33
1.3.5 Enquadramento do Estudo de Mercado.....	35
Capítulo II.....	37
2. Projeto de Criação de uma Marca para o Mercado Brasileiro.....	38
2.1 Fundamentação Teórica da Temática do Projeto.....	38
2.2 Calendarização das Etapas de Trabalho.....	39
2.3 Metodologia para Desenvolvimento do Projeto.....	40
2.3.1 Questão da Investigação.....	41
2.4 Estudo de Mercado.....	42
2.4.1 Análise do Mercado.....	42
2.4.2 Análise das Marcas Concorrentes.....	63
2.4.3 Os Consumidores.....	73
2.5 Marca.....	74
2.5.1 A Marca Mama Dukra.....	74
2.5.2.1 Diferenciação e Posicionamento da Marca Mama Dukra.....	75
2.6 Inspirações para a Realização do Trabalho.....	76
2.7 Apresentação da Marca Criada.....	78
2.8 Apresentação da Coleção.....	82
2.9 Mood, Target, Justificação da Paleta, Padrões, Materiais, Silhuetas, Ilustração e Fichas Técnicas.....	83
Conclusões.....	111
Referências Bibliográficas.....	112
Bibliografia.....	119
Anexos.....	127