

NOME: THAÍS DE CARVALHO RODRIGUES

TÍTULO: DESIGN E MARKETING: UM DIÁLOGO NECESSÁRIO ÀS EMPRESAS CONTEMPORÂNEAS

AUTORES: ISABELLA PONTELLO BAHIA, THAÍS DE CARVALHO RODRIGUES, THAÍS DE CARVALHO RODRIGUES, ISABELLA PONTELLO BAHIA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): NÃO POSSUI

PALAVRA CHAVE: MARKETING, DESIGN, INOVAÇÃO, VALOR, CONTEMPORANEIDADE

RESUMO

Pesquisa de conclusão de graduação em design. O objetivo foi analisar como o design e o marketing podem atuar em conjunto nas empresas, identificando a necessidade de tornar as relações de mercado e consumo mais humanas. A metodologia partiu da pesquisa bibliográfica e as informações coletadas foram sistematizadas na forma de esquema visual. Estudou-se como o design pode se tornar um diferencial, auxiliando a entrega de valor e inovação. Observou-se que o bombardeio de informações e divulgações de produtos e serviços, acompanha a instabilidade das empresas e a revolução da tecnologia tornou as relações mais fluidas e instantâneas. Antigamente os padrões, códigos e conceitos eram dados às pessoas como referência, atualmente tais modelos definidos coletivamente são questionados, formando-se conceitos individuais. As pessoas começaram a se ver como indivíduos, assim, as estratégias de marketing tem se tornado mais específicas, não podendo ser apenas uma ferramenta para impulsionar vendas. A empresa de hoje concilia produção, promoção e relacionamento com individualidade. O design então atua como diferencial, pois compreende as demandas do usuário, busca soluções que beneficiem a vida dele, tendo capacidade de analisar processos, demandas, visualizar tendências, otimizar produtos, etc. Conclui-se que o design auxilia o marketing criando possibilidades para a empresa, unindo estética e função em prol do usuário. Os setores de convergências entre as áreas, relacionam-se com o valor percebido pelo consumidor e o relacionamento. O design tangibiliza o valor, e o marketing atua relacionando o valor ao preço e a promoção. Compreendeu-se que o design possui um campo de atuação vasto, com possibilidades de se relacionar com outras áreas. Entendeu-se que ignorar o mercado na contemporaneidade é ilusório, principalmente se tratando do design. Com esse estudo, espera-se ampliar o olhar daqueles que desconhecem as possibilidades do design, bem como, ampliar as percepções acerca do marketing.