

239

FATORES MERCADOLÓGICOS NO DESIGN. *Andréa Capra Galina, Fabiane Wolff (orient.)*
(UniRitter).

Este projeto de pesquisa coletivo tem como objetivo desenvolver um programa de ensino dos fatores mercadológicos no Design, integrando princípios, conceitos e técnicas de Marketing e Design, e que seja adequado ao processo de projetar desenhando e ao conceito de equacionamento simultâneo dos fatores projetuais do Design (REDIG, 2005). O fator mercadológico tem importância fundamental durante o processo projetual em Design, e esta pesquisa, com base teórica e prática, busca equilibrar o plano de ensino das disciplinas de marketing para atingir o completo entendimento dos estudantes, e assim, garantir a aplicação correta ao projeto, tornando-o mais completo. O projeto encontra-se no segundo ano, em sua fase final, de avaliação. A primeira etapa consistiu no desenvolvimento do novo plano de ensino e sua aplicação nas turmas de marketing no primeiro semestre de 2007. Para tanto, uma pesquisa com alunos iniciantes e concluintes de graduação elencou dados sobre o conhecimento dos mesmos acerca do fator mercadológico no design. Uma fundamentação teórica acerca do tema também foi desenvolvida, embasando as propostas para os novos planos de ensino. Em sua etapa final, os dados de mensuração dos efeitos da aplicação dos novos planos de ensino estão sendo coletados. O projeto sumariza seus achados em um gráfico que descreve a relação teórica e prática do marketing com o design.