

LOGO UFSC

APRESENTAÇÃO

O Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – LOGO UFSC – tem como objetivo principal realizar atividades de ensino, pesquisa e extensão relativas às ações de **marcas**. Atualmente, realiza pesquisas de fundo teórico com validações pragmáticas acerca da participação do Design nos processos de *branding*

ENTREGAS DE VALOR

Com uma equipe multidisciplinar, formada por estudantes de graduação, especialização, mestrado, doutorado e pós-doutorado, das áreas de design, comunicação, sistemas de informação, arquitetura, moda e gestão, do Brasil e do exterior, o LOGO desenvolve projetos em diversas áreas além do Branding, como Tendência e Inovação, UX Design, Desirgn Gráfico e Desgin de Produto.

CASE

minha Floripa

O Projeto Marca Florianópolis foi lançado em junho de 2014 sendo uma iniciativa do LOGO UFSC e apoiado pela Secretaria Municipal de Turismo de Florianópolis e pelo Sapiens Parque. O projeto teve como objetivo criar uma marca turística para a cidade de Florianópolis através da participação da sociedade por meio de ações que visaram identificar o que Floripa tem de mais marcante - a essência e o propósito da cidade; o que move o coração do manezinho e qual o potencial para conquistar as pessoas pelo Brasil e pelo mundo.

LOGO

Laboratório de Orientação
da Gênese Organizacional

METODOLOGIA

O LOGO UFSC utiliza uma **metodologia cocriativa, a TXM Branding**, na que consumidores, gestores, stakeholders, e todos aqueles envolvidos direta ou indiretamente com a marca, são convidados a participar. O objetivo é construir produtos fortes e autênticos – sejam eles gráficos, industriais ou digitais - em consonância com a **essência da marca**, a fim de alcançar o coração de seu público.

THINK (T)



Etapa de pensar a marca, investigando seus recursos essenciais – o DNA de Marca – que será conectado através do seu Propósito de existir com o seu Posicionamento perante ao mercado.

EXPERIENCE (X)



Etapa responsável pela percepção dos diferentes públicos em relação à marca. Nesse estágio, a marca é trabalhada como uma experiência multisensorial.

MANAGE (M)



Etapa focada na geração de estratégias para comunicação interna e externa da marca e de todos os seus conceitos. A marca se manifesta através do seu DNA e sua personalidade é transferida para suas ações.



SAIBA MAIS:

logo.ufsc.br