

Apresentação

O projeto Experimental tem como objetivo oferecer ao aluno uma experiência mais relevante na abertura ou gestão dos pequenos empreendimentos bem como na implantação de ferramentas de Marketing e Planejamento. O Plano de Marketing deve ser regularmente utilizado e atualizado, pois permite analisar o mercado, adaptando-se as suas constantes mudanças e identificando tendências. Conhecendo o mercado atuante, o profissional da área será capaz de traçar o perfil do consumidor, formular ações importantes em relação ao seu produto, preço, distribuição e comunicação. Estas ações contribuirão para atingir competitividade e o sucesso do seu negócio.

1ª Etapa: Pesquisa

Análise do mercado e concorrência

2ª Etapa: Planejamento

Construção da identidade Institucional

3ª Etapa: Identidade visual

Construção da marca e papelaria

4ª Composto de Marketing

Análise 4ps do produto principal

5ª Campanhas de Marketing

Definição das estratégias de marketing e construção de peças publicitárias nos principais veículos de comunicação



1. Pesquisa

Metodologia

Pesquisa na internet em sites confiáveis (IBGE, Sebrae) ou matérias de revistas ou jornais. No trabalho, os grupos que fizeram pesquisa na internet, ~deverão adicionar a frase: “Pesquisas bibliográficas realizadas na internet”

Mercado

Estudar o mercado atuante e coletar alguns dados estatísticos.

Utilizar frases e tópicos.

Análise da Concorrência

Citar Concorrentes diretos e indiretos

Analisar o principal concorrente (pontos fortes e pontos fracos)



2. Planejamento

Nome fantasia

Sócios proprietários

Nomes dos integrantes do grupo

Localização/sede

Escolha de um local estratégico

Segmento

Mercado que irá atuar: restaurantes, moda, saúde, etc.

Mercado de atuação

Onde irá atuar? Cidade, região, todo o país?

Investimento estimado

Consulta Sebrae (valor aproximado de acordo com o mercado e porte do seu negócio)

Definição do público alvo

Alguns fatores:

Geográficos (país, regiões, cidades, bairros)

Demográficos (sexo, idade, renda, educação)

Psicográficos (estilos de vida, atitudes)

Comportamentais (hábitos de consumo, benefícios procurados)

Missão

Breve resumo sobre a empresa: (o que faz, onde, de que forma, para quem)

Visão

Intensão de futuro (aonde quer chegar, metas e objetivos)

Valores

Princípios, crenças e valores institucionais adotados pela empresa



2. Planejamento

Estrutura Organizacional

Informações sobre a estrutura, funcionários e ambiente de trabalho

Mix de produtos e serviços

Citar os Principais produtos ou serviços oferecidos

3. Identidade Visual

Defesa do nome

Posicionamento

Imagem que deseja transmitir para o mercado e consumidores

Logotipo:

Defesa do logo

Cores utilizadas

Slogan

Fachada

Uniforme

Brindes



4. Composto de Marketing

Análise 4ps do produto/serviço principal:

Produto

Design, funcionalidades e características do produto

Diferenciais competitivos

Preço

Estratégias de preço que pode diferenciá-lo do mercado

Praça

Estratégias de Distribuição e pontos de venda

Promoção

Formas de promover o produto (comunicação, propaganda)



5. Campanha de Marketing

Conceitos

Explique a ideia da campanha

Objetivos

O que se deseja alcançar

Peças Publicitárias

Revista/Jornal

TV

Rádio

Outdoor

Internet

Busdoor

Escolher apenas 02 mídias acima



REGULAMENTO

- ❑ Avaliações para módulo de Marketing:
 - Participação do aluno/presença
 - Projeto de Marketing
 - Média 6.0

- ❑ Grupos de 04 a 07 integrantes
- ❑ Todos os integrantes devem apresentar o projeto na data estipulada
- ❑ Todo o Projeto deverá ser produzido de acordo com o manual disponível no site: www.rodriigorodriguessc.wix.com/gestao
- ❑ O projeto deverá ser apresentado em formato Powerpoint em sala de aula.
- ❑ Tempo médio das apresentações: 20 minutos
- ❑ A capa padrão do Powerpoint deverá ser o mesmo de acordo com os projetos já apresentados.
- ❑ Caso algum integrante não participe dos trabalhos, o grupo deverá escrever uma carta relatando o problema e esta deverá ser entregue no dia da apresentação
- ❑ Contato: rodriigorodriguessc@gmail.com



ANGLOSCHOOL SÃO CARLOS
Curso Técnico em Administração
Módulo de Marketing