

UNIVERSIDADE PAULISTA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E COMUNICAÇÃO
CURSOS DE GESTÃO TECNOLÓGICA

PIM

Projeto Integrado Multidisciplinar
Cursos Superiores Tecnológicos

GESTÃO DE MARKETING

Trabalho correspondente ao conteúdo do:
▪ **Segundo semestre**

PIM

PROJETO INTEGRADO MULTIDISCIPLINAR

TEMA:

Estruturação de estratégias para o mix de marketing a partir do estudo do comportamento do consumidor, utilizando pesquisa de mercado, dentro do contexto de uma organização específica.

OBJETIVOS:

- Proporcionar aos alunos a capacidade de entender e desenvolver Pesquisas de Mercado.
- Exercitar as várias etapas de um processo de pesquisa de marketing, com o objetivo de compreender como ela contribui para o entendimento do comportamento do consumidor em relação aos elementos formadores do mix de marketing;
- Compreender quais são os principais fatores que influenciam o comportamento de compra, com o intuito de desenvolver ofertas de valor adequadas aos clientes;
- Identificar lacunas na prática da organização em estudo, a partir dos conceitos teóricos desenvolvidos em sala de aula.

DISCIPLINAS CONTEMPLADAS:

| BASE |
|-----------------------------|
| Comportamento do Consumidor |
| Pesquisa de Mercado |
| |
| |

| COMPLEMENTAR |
|---|
| Mercadologia |
| Contabilidade |
| Gestão de Recursos Patrim. e Logísticos |
| Dinâmica das Relações Interpessoais |

MATERIAL DE APOIO:

- Conteúdo das aulas
- Modelo de relatório do PIM

CONTEÚDO DO PIM:

O aluno deverá identificar e analisar uma organização no mercado, escolher um produto ou serviço oferecido pela empresa ao mercado e desenvolver uma estratégia mercadológica para ele. O desenvolvimento do trabalho deve atender os seguintes aspectos:

1. Descrição da organização escolhida:

- 1.1 Denominação e forma de constituição;
- 1.2 Dados e fatos relevantes da origem da organização;
- 1.3 Natureza e ramo de atuação;
- 1.4 Informações sobre o porte da empresa;
- 1.5 Descrição dos principais produtos e/ou serviços;
- 1.6 Principais mercados e, nos ramos de atuação, principais segmentos desses mercados onde se encontram os clientes alvo;
- 1.7 O segmento de mercado da empresa no âmbito internacional;
- 1.8 O segmento de mercado da empresa no âmbito nacional: como surgiu o negócio no Brasil e como vem sendo a sua evolução até os dias atuais;
- 1.9 Principais concorrentes da organização e aspectos relevantes de cada um;
- 1.10 Identificação do produto ou serviço escolhido para o desenvolvimento de uma estratégia.

2. Aspectos relacionados à PESQUISA DE MERCADO:

- 2.1 Definir e descrever o problema de marketing apresentado pelo produto ou serviço escolhido;
- 2.2 Delimitação do tema;
- 2.3 Realizar o planejamento da pesquisa;
- 2.4 Desenvolver o trabalho de campo (coleta de dados);
- 2.5 Analisar e apresentar os resultados;
- 2.6 Definir e justificar a pesquisa escolhida;
- 2.7 Proposição de soluções.

3. Desenvolvimento da estratégia de mix para o produto ou serviço escolhido, ou seja, trabalhar com dois ou mais elementos do mix:

- 3.1 Produto:
 - 3.1.1 O conceito do produto;
 - 3.1.2 A classificação do produto;
 - 3.1.3 As funções do produto;

- 3.1.4 Os níveis do produto;
- 3.1.5 O comportamento do produto;
- 3.1.6 O ciclo de vida do produto.

3.2 Preço:

- 3.2.1 A definição de preço;
- 3.2.2 A estratégia de preço.

3.3 Distribuição:

- 3.3.1 Canais de distribuição;
- 3.3.2 A estratégia de distribuição.

3.4 Comunicação:

- 3.4.1 As ferramentas de comunicação utilizadas;
- 3.4.2 A estratégia de comunicação.

4. Aspectos relacionados à disciplina de MERCADOLOGIA:

Descrever, no contexto mercadológico da empresa, os seguintes aspectos

- 4.1 Como foi identificado o público alvo da empresa para a definição do seu conjunto de produtos;
- 4.2 Como é feita a avaliação de satisfação do cliente. Caso este tipo de avaliação não esteja implantado na empresa, descreva que falta faz ao processo de crescimento da empresa.

5. Aspectos relacionados à disciplina de CONTABILIDADE:

Apresentar e comentar a estrutura do balanço e demonstrativo de resultados da empresa pesquisada.

6. Aspectos relacionados à disciplina de GESTÃO DE RECURSOS PATRIMONIAIS E LOGÍSTICOS:

- 5.1 Como a empresa administra seus estoques;
- 5.2 Identificar os pontos fortes da logística da empresa;
- 5.3 Como a empresa controla os seus recursos patrimoniais.

7. Aspectos relacionados à disciplina de DINÂMICA DAS RELAÇÕES INTERPESSOAIS:

Descrever as estratégias que a empresa pesquisada utiliza para desenvolver a motivação, trabalhos em equipe e liderança entre seus funcionários.