

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Marketing
Campus de Balneário Camboriú

PLANO DE MARKETING

Bárbara Schuhmacher Orsi¹

Felipe Leite Alupes²

Giulia Domingues P. D. Dias³

Franciane Reinert Lyra⁴

RESUMO

Este projeto foi elaborado com o objetivo geral de analisar e desenvolver um plano de marketing, com o foco em canais, dentre eles o de vendas, para a empresa Canal Eco, a fim de identificar as deficiências e carências da empresa, bem como da gestão e das formas de comunicação utilizadas pela mesma, com o intuito de desenvolver soluções, a partir de estratégias e ações, para que a empresa siga atuante e competitiva no mercado, e consolidar-se assim como referência no seu ramo. Utilizaram-se dados primários obtidos no briefing, realizado com o gestor da empresa; e dados secundários. Iniciou-se então o projeto com referencial teórico, dando embasamento e estruturação para as propostas desenvolvidas, bem como a análise situacional de marketing da empresa, a qual possibilitou a elaboração da análise SWOT, identificação e descrição da Missão, Visão e Valores, e ainda estratégias e ações direcionadas para cada tipo de oportunidade identificada inicialmente. Por fim, apresentou-se a conclusão do estudo seguido da bibliografia utilizada no desenvolvimento do mesmo.

Palavras-chave: Marketing. Vendas. B2B.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. babaschu@hotmail.com

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. felipeleite@edu.univali.br

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. Giulia_dmgs@hotmail.com

³ Prof^ª. Dra. Orientadora, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. francianel@univali.br