



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO
OS 4 “P”s DE MARKETING
VENEZZA EXPRESS END. COM. DE PRODUTOS
ALIMENTICIOS EIRELLI

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

DEZEMBRO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO
OS 4 “P”s DE MARKETING
VENEZZA EXPRESS

MÓDULO PROCESSOS GERENCIAIS

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO – PROF^a LEONOR
CRISTINA BUENO

GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

ESTUDANTE: LAURA MARTINS PEREIRA
RA: 1012019200225

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

DEZEMBRO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO.....	5
3.1.1 MÉTODOS DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO.....	5
3.1.2 PROCESSO DE DIAGNÓSTICO DE NECESSIDADES DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO PARA A ÁREA DE MARKETING	6
3.2 GESTÃO DO COMPORTO DE MARKETING	7
3.2.1 OS 4 “P”s DE MARKETING	7
3.2.2 ESTUDO DE CASO	7
4. CONCLUSÃO	8
REFERÊNCIAS	9
ANEXOS	10

1. INTRODUÇÃO

O objetivo principal será obter informações sobre o mercado e o contexto de atuação da empresa. A análise de mercado permite saber qual é o público alvo do produto ou serviço para que as estratégias traçadas possam ser focadas nesse público. Além de ainda obter informações sobre o produto e posicionamento da concorrência. Depois da etapa de análise entramos com mix de marketing.

É a etapa em que são traçadas as estratégias levando em consideração, geralmente, os 4P's (preço, praça, produto e promoção). Vale lembrar que existem 8P's (preço, praça, promoção, palpabilidade, pessoas, produtividade e processo) e essa quantidade varia de acordo com as necessidades de cada negócio.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Venezza Express Ind. Com. De Produtos Alimentícios Eirelli

CNPJ: 71.628.564/0001-11

Situada na Avenida dos Braghettas, nº 430 – Distrito Industrial

São José do Rio Pardo - SP

A empresa tem como principal atividade a produção de alimentos, a mesma tem como base de matéria prima o cacau. Diversos tipos de chocolates como diet, ao leite, meio amargo, e também coberturas fracionadas e hidrogenadas são produzidas nessa indústria.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Optamos pela estratégia endomarketing, voltada para ações internas na empresa. Que também visa a melhoria da imagem da empresa entre os seus colaboradores. Resultando em uma equipe motivada e reduzindo o índice de rotatividade.

Neste sentido, os treinamentos gerais apresentam vários benefícios, tais como:

- Atendimento de normas de segurança;
- Atendimento de certificados e selos de excelência;
- Crescimento dos processos de avaliação de desempenho;
- Melhorias consideráveis no clima organizacional;
- Aumento direto da produtividade geral.

3.1.1 MÉTODOS DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

- Ter conhecimento do que está sendo dito;
- Usar a empatia e prestar atenção no outro;
- Utilizar uma linguagem adequada ao ouvinte;
- Ser objetivo, mas sem ser agressivo;
- Saber o momento adequado de se expressar.

3.1.2 PROCESSO DE DIAGNÓSTICO DE NECESSIDADES DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO PARA A ÁREA DE MARKETING

O responsável por diagnosticar e desenvolver um treinamento são os líderes, eles são responsáveis por detectar e analisar o que pode ser feito e como deve ser feito para melhoria de modo geral.

Antes de qualquer coisa, é importante saber exatamente o que está desmotivando os colaboradores.

3.2 GESTÃO DO COMPORTO DE MARKETING

O marketing deseja experimentar melhorias em termos de eficácia em produtos e serviços.

Muitas vezes a cooperativa passa por problemas de relacionamento e com uma visão exata e marketing e suas ferramentas administrativas esses problemas serão facilmente solucionados.

3.2.1 OS 4 “P”s DE MARKETING

O resultado da aplicação do mix de marketing

- Segmento melhor de mercado e publico;
- Entrega mais conveniente;
- Estratégias de posicionamento;
- Comunicação de forma mais atrativa.

3.2.2 ESTUDO DE CASO

4. CONCLUSÃO

A teoria e aspectos relacionados ao marketing busca apresentar o significado dos fundamentos exercidos no ambiente organizacional.

Essa atividade é de grande importância pois apresenta o delineamento de mercado, desenvolvimento organizacional, comunicação e transação.

REFERÊNCIAS

Empresa citada;

Google pesquisas;

Plataforma de estudo.

ANEXOS