Projeto Empresa

Objetivo:

- Permitir ao aluno aplicar os conteúdos de Gestão 1 e Gestão 2, praticar e desenvolver suas habilidades de liderança, de trabalhar em equipe, de negociação, de resolução de conflito, de comunicação verbal e escrita, de tomada de decisão, de planejamento, de organização e de controle.
- Formar 10 grupos (8 grupos com 7 alunos e 2 grupos com 8 alunos) que irão desenvolver um Projeto de Planejamento Estratégico de Marketing (Marketing Strategic Canvas-MSC) para uma Organização na área farmacêutica e afins utilizando o método do modelo de negócios CANVAS.

(Essa organização poderá ser uma Empresa Farmacêutica ou Cosmética ou Veterinária, ou um Laboratório de Análises Clínicas, ou uma Farmácia de Manipulação (medicamentos/cosméticos humanos ou veterinários) ou uma Drogaria, ou uma empresa de diagnósticos, ou uma empresa de consultoria, uma ONG, etc. A organização poderá ser fictícia ou uma organização real, mas da área de atuação do farmacêutico).

Cronograma e Atividades

- O projeto será realizado em quatro etapas. Todas as etapas serão avaliadas.
- Para as **etapas 1 a 3**, os alunos utilizarão o tempo disponível em sala de aula juntamente com o crédito trabalho (4 horas/ semana – utilizar o horário livre da grade, quinta das 11h às 12h e de quinta das 16h às 18h). As etapas parciais (1 a 3) representam juntamente com outras atividades como estudo de casos e exercícios, 25% da nota final.

Data	**Atividades** **(ao final da aula, o resultado de cada atividades deverá a ser enviado ao e-mail vptakahs@gmail.com. Sempre identificar com o nome da empresa ao enviar o e-mail)**	**Devolutiva pela profa. Vania**
07/05	**Etapa 1**: Comportamento do consumidor e pesquisa de marketing/ mercado Entender por que e como se compra e se consome, ou seja, buscar entender como o consumidor/ cliente age antes, durante e após a compra e o consumo. Elaborar uma Pesquisa de marketing considerando os fatores que influenciam o comportamento de compra do consumidor: Qual problema de pesquisa de marketing ou de mercado? Qual o esquema de pesquisa será utilizado? Quais serão as técnicas, os procedimentos e os instrumentos utilizados para fazer a pesquisa? Como os dados serão coletados? Como os dados serão analisados e apresentados? Deverá ser entregue o instrumento questionário e/ou roteiro de pesquisa desenvolvido pela organização. (Sugestão: Utilizar pesquisa de marketing ou pesquisa de mercado simulando os colegas de sala como consumidores e clientes da organização).	09/05

14/05	**Etapa 2:** Segmentação, seleção de mercado alvo, posicionamento e Marca Quais as bases e variáveis de segmentação de mercado? Qual o segmento alvo? Qual será o posicionamento da nossa empresa? Como fazer com que o cliente mantenha na memória um registro sólido do nosso produto/ da empresa (marca)?	16/05
21/05	**Etapa 3:** Composto de marketing (produto/ promoção/propaganda/distribuição/ preço) O que a empresa faz perante os clientes atuais e potenciais? Qual é o nosso produto? Quais os diferenciais do nosso produto frente aos concorrentes? Quais os diferenciais do produto para nossos clientes? Qual o preço que nossos clientes estão dispostos a apagar? Quanto teremos que investir? A onde os clientes encontrarão o produto? Como promover e comunicar o produto? Como iremos nos comunicar com nosso cliente? Quais nossas métricas em relação a satisfação do cliente? Qual nossa métrica financeira?	23/05

- **A quarta etapa** consistirá da apresentação oral do projeto e entrega do material escrito (28/05).

Representa 35% da nota final.

Apresentação oral do Modelo Canvas da empresa;

Apresentação oral do Marketing Strategic Canvas.

Apresentação oral poderá ser em power point ou prezi, com duração de 15 min por grupo.

Material escrito compreende a apresentação oral e os materiais parciais com as respectivas sugestões de correções.

Método:

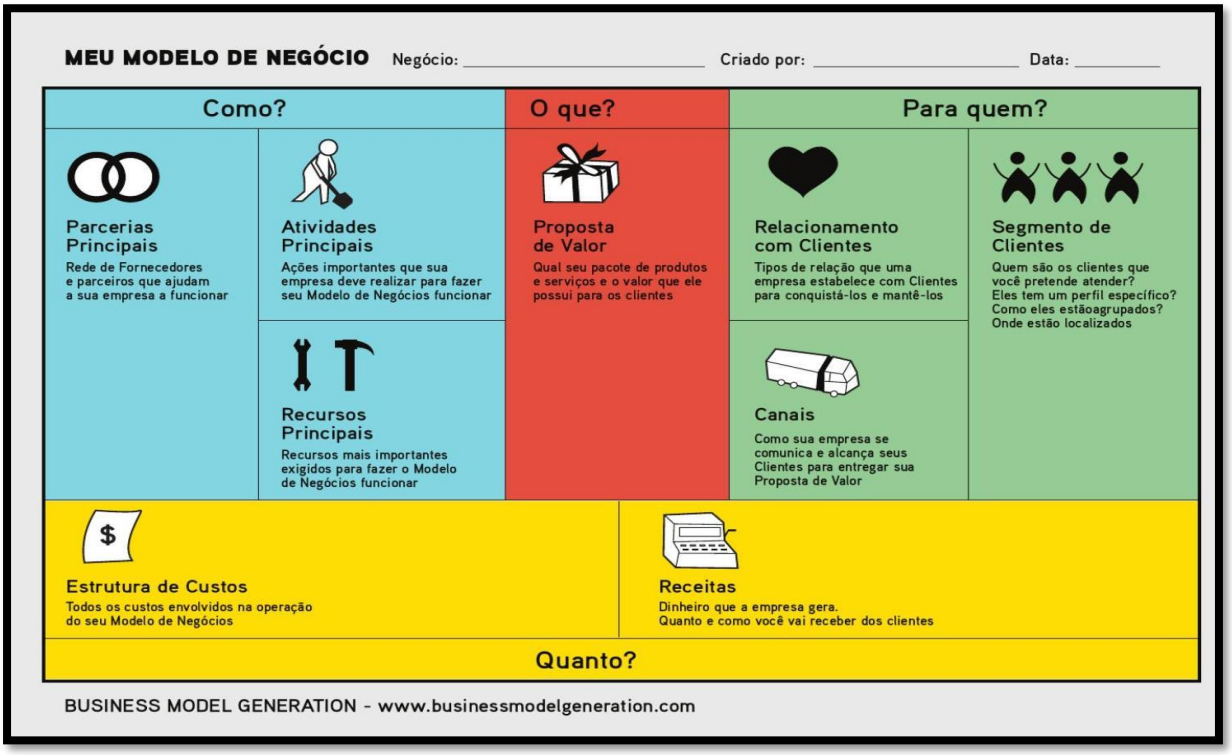
O Método utilizado para o desenvolvimento do projeto Empresa: Modelo Canvas e Marketing Strategic Canvas, será o Project Based Learning, empregando como base a ferramenta Business Model CANVAS desenvolvida por Alexandre Osterwalder.

Para mais detalhes sobre o modelo CANVAS, consultar material disponível no Moodle.

- **Business Model Canvas** - CANVAS

O modelo CANVAS trata-se de uma ferramenta de planejamento estratégico que permite desenvolver e esboçar modelos de negócios novos ou já existentes. O modelo é dividido em quatro perguntas? Para quem? O que? Como? E quanto?

O modelo CANVAS consiste em um mapa, dividido em nove blocos, nos quais devem ser determinados os seguintes aspectos do plano a ser implementado: segmentos de clientes, proposição de valor, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fonte de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave e estrutura de custos. A figura a baixo ilustra os blocos do modelo CANVAS.



- **Marketing Strategy Canvas (MKT CANVAS)**

Este é um dos modelos de Canvas utilizado como ferramenta para a criação do planejamento de marketing, composta por uma tela que organiza em um fluxo lógico, os principais elementos de um planejamento de marketing. O projeto elaborado de planejamento estratégico de marketing da organização, **poderá será baseado** no Canvas Estratégico de Markering desenvolvido por Daniel Rodrigo Bastreghi da DRB Marketing, que é composto por 14 blocos: produto/ posicionamento/ mensagem/ comunicação/ segmentos/ diferenciais/ concorrentes/ brand equity/ preço/ distribuição/ comportamento do cliente (consumidor)/ objetivos do marketing/ métricas/ investimentos. Os blocos devem ser preenchidos buscando uma harmonia entre eles, pois qualquer alteração num bloco afetará outros blocos.

A figura 2 ilustra um modelo MKT Canvas aplicado ao Marketing. Esse modelo é uma sugestão que poderá ser utilizado ou não no projeto a ser elaborado.

O Projeto do Marketing Strategic Canvas da Organização deverá utilizar a lógica do Modelo CANVAS, e este poderá conter mais ou menos blocos. **Cada grupo poderá desenvolver o seu próprio MKT CANVAS da sua organização ou utilizar o modelo baseado da DRB Marketing.**

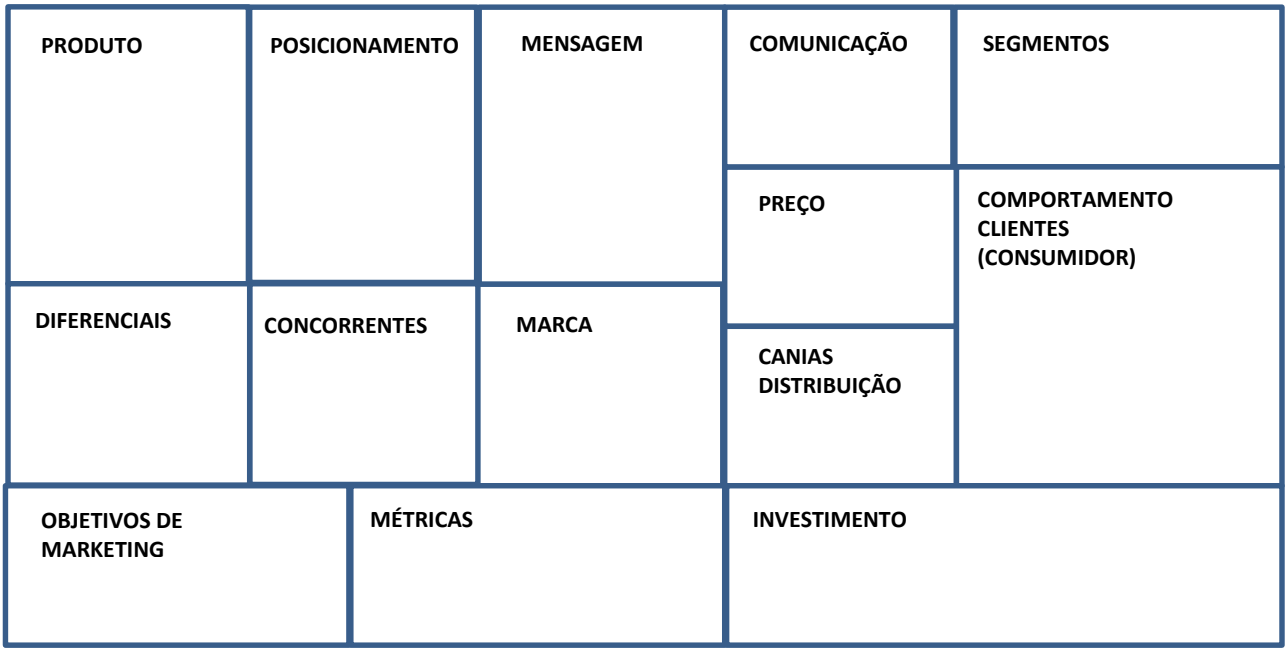


Figura 2: Strategic Marketing Canvas elaborado por Daniel Rodrigo Bastreghi da DRB Marketing
https://conteudo.drbmarketing.com.br/marketing-strategy-canvas

O preenchimento do quadro em si fará com que aconteça uma reflexão sobre onde a empresa está e a onde quer chegar (modelo Canvas) e sobre como organizar em um fluxo lógico, os principais elementos de um planejamento de marketing. Qual (is) é o objetivo de marketing?

Busquem durante a elaboração do projeto responder as questões:

a. A proposta de valor atende o segmento de clientes da organização?
b. Os canais escolhidos são capazes de entregar a proposta de valor aos clientes?
c. Nosso produto e seus diferenciais são capazes de entregar a proposta de valor aos clientes?
d. Nosso posicionamento, marca e nosso composto de marketing entregam valor aos clientes?

O projeto é vivo, é sistêmico. Cada bloco precisa ser revisto a cada novo preenchimento. Os blocos estão interconectados.

Veja a árvore na sua plenitude, mas não esqueça a floresta. Cada árvore faz parte da floresta e a floresta é a composição harmônica do todo.

EXCELENTE TRABLHO EM EQUIPE E SUCESSO!!!