

SEMINÁRIO FINAL DAS DISCIPLINAS DE ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA E EMPREENDEDORISMO – APRESENTAÇÕES NOS DIAS 7,8 E 9 DE DEZEMBRO

Pontos para serem observados no momento da organização e desenvolvimento do estudo.

Entregar trabalho escrito com as principais informações sobre a empresa e a apresentação em PowerPoint

CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

Apresenta as informações gerais da organização: Razão social e nome fantasia, atividades principais, missão, visão, objetivos e estratégias organizacionais, localização endereço eletrônico, website, mídias sociais, dentre outros.

HISTÓRICO

Descreve a evolução histórica da empresa, relacionando os principais aspectos e acontecimentos da sua trajetória até os dias atuais. Sugere-se usar uma linha do tempo que contemple de forma resumida os fatos mais relevantes.

OUTROS PONTOS RELEVANTES

- Como se dá o processo de comunicação organizacional formal e informal na empresa? Há documentos formais que registram o conhecimento a fim de que seja repassado aos colaboradores?
- Número de funcionários e como ocorre o recrutamento e seleção nesta empresa?
- Existe treinamento e desenvolvimento na empresa em estudo?
- O que é realizado na área de sustentabilidade?

SISTEMA DE INFORMAÇÃO GERENCIAL

- A empresa adota o uso de softwares de gestão? Quais?
- A empresa avalia a necessidade de adquirir novos softwares? Tem dificuldades quanto a isso?
- Utiliza planilhas/registros manuais que poderiam ser migrados para softwares?
- A empresa investe em customização de software?
- A empresa toma decisões e faz a gestão por meio desses recursos de software?

TENDÊNCIAS DO MERCADO CONSUMIDOR

Análise do perfil dos clientes e público-alvo potencial, demandas futuras, novos produtos e serviços, parcerias, necessidades e desejos, tendências, mudança de perfil, posicionamento quanto ao mix de marketing.

MERCADO CONCORRENTE

Análise das atividades dos concorrentes (preços, condições de pagamento, garantias que oferecem, redução e crescimento do mercado, etc.), novos entrantes, bens substitutos;

CADEIA DE VALOR

Parceiros de negócio, fornecedores diversos, outros agentes (instituições públicas fiscalizadoras e reguladoras);

SUGESTÃO DE QUESTIONAMENTOS

- a. Descreva de maneira geral a organização da área de marketing;
- b. Existe um planejamento de Marketing utilizado pela empresa em estudo?
- c. O composto de Marketing consegue ser visto em sua totalidade?
- d. **Preço** - Qual a estratégia de preços utilizada pela empresa? Quem o defini?
- e. **Praça** – O local em que o consumidor fará contato com o produto/serviço é adequado?
- f. Se há venda pela internet, tem o site ou página do Facebook, Instagram ou outras formas de venda?
- g. **Produto** - Descreva o portfólio de produtos ou serviços da empresa:
- h. Como ocorre o ciclo de vida dos produtos ou das atualizações dos serviços?
- i. Quais são as vantagens competitivas em termos de produtos e serviços da organização em relação aos seus concorrentes?
- j. **Promoção** - Como é feita a divulgação dos produtos ou serviços?
- k. Quais os critérios de escolha dos canais de comunicação? Existe mensuração dos resultados da comunicação de marketing? Tem uma verba definida para isso?
- l. A empresa procura realizar sistematicamente alguma forma de promoção de vendas? Relações públicas?
- m. Como são elaboradas as peças promocionais em termos de necessidades dos consumidores, as vantagens específicas de seus produtos, os argumentos da concorrência?
- n. **Pessoas** – Quais os cuidados no atendimento e gentileza junto aos clientes?
- o. Há alguma política de relacionamento e fidelização com os clientes? Como é feita a gestão dos dados dos clientes? Quais as informações que ele disponibiliza?
- p. **Pesquisa** – É realizado algum tipo de pesquisa de mercado (praça), observando concorrentes, preços e produtos ou serviços disponibilizados pela empresa?
- q. **Processo** – Descrever qual o sistema que a empresa utiliza para a realização das atividades da empresa; se refere às maneiras de fazer negócios, utilizando-se de processos complexos ou mesmo dos mais simplificados;
- r. **Prova Física** – Existe alguma pesquisa ligada ao valor percebido, que é o resultado da comparação entre o que é entregue ao cliente com o que ele recebe?
- s. De que forma a equipe de vendas é organizada
- t. A área de vendas tem metas e objetivos claros e estes são comunicados à equipe?
- u. Quais as estratégias de vendas utilizadas na empresa?
- v. Como a equipe de vendas é remunerada?
- w. Quais os critérios de recrutamento, seleção e treinamento da equipe de vendas?
- x. Como funciona o sistema de avaliação periódico de desempenho dos vendedores?
- y. O comércio eletrônico faz parte da estratégia de vendas?
- z. Como ocorre a organização online dos produtos, serviços e entregas?

Apresentar a Matriz BCG e a Análise SWOT.

Deixar sugestões nas áreas que estão com pontos fracos.

Curiosidades

Bom trabalho à todos e qualquer dúvida podem questionar nós professores.