

PROJETO DE ANÁLISE DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PARA O CURSO DE MARKETING DA UNIVALI

Felipe Leite Alupes¹
Giulia Domingues Pereira Delambre Dias²
Michele Georgia Vieira³
Pedro Henrique Cabral Lisboa⁴

Alexandre Linhares⁵
Elvis Roni Bucior⁶
Fabricia Durieux Zucco⁷
Kiliano Gesser⁸
Luciano Dalla Giacomassa⁹
Pablo Flôres Limberger¹⁰

RESUMO

O objetivo deste objeto de estudos é analisar o ambiente mercadológico do curso de Marketing da Univali, identificar clientes potenciais para o curso e conhecer as regiões nas quais o curso tem maiores chances de sucesso em suas estratégias. Os métodos utilizados para a realização deste estudo foram: dados primários obtidos com base em pesquisas empíricas desenvolvidas em aula, aplicadas com alunos do curso de Marketing e aplicadas com estudantes de ensino médio de escolas da região do Vale do Itajaí, além de dados primários obtidos através do briefing realizado com o representante do curso de Marketing. Também foram utilizados dados secundários adquiridos através de fontes de dados que o representante do curso forneceu e pesquisas bibliográficas realizadas. O resultado identificado foi o momento atual do ambiente do curso de Marketing, percebendo-se grandes forças inovadoras do curso, como a grade curricular e o projeto integrador. Como itens a serem aprimorados pelo curso, pontua-se a falta de comunicação estratégica nas redes sociais do curso. Como oportunidade percebe-se uma grande potencialização da área no mercado de trabalho, com isso atrai-se alunos interessados no curso para uma realização profissional, porém, essa potencialização de mercado também atrai possíveis empresas que possam vir a oferecer um serviço similar ao do curso, assim o possível surgimento de concorrentes aparece como uma ameaça. O curso de Marketing da Univali deve-se manter atento ao seu ambiente mercadológico e continuar buscando estratégias inovadoras para atrair novos alunos, fortalecendo assim o posicionamento de sua marca e a fidelização com seus clientes.

Palavras-chave: Marketing, Univali, Mercado, Estratégias.

¹Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC felipeleitealupes@gmail.com

² Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC giulia_dmgs@hotmail.com

³ Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC michelegeorgia@hotmail.com

⁴Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC pedrolisboa674@gmail.com

⁵Prof. Esp. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. alexandre@linharesdesign.com.br

⁶Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. elvisroni@hotmail.com

⁷Prof. Dr. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. fabriziazucco@hotmail.com

⁸ Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. kgesser@univali.br

⁹ Prof. Dr. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. giacomassa@univali.br

¹⁰ Prof. Dr. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. pflimberger@hotmail.com