

PLANO DE MARKETING PARA A EMPRESA ÚLTIMA HORA BAR MUSEU

ANA CAROLINE JOSKA¹

CARLOS HENRIQUE ANTUNES DE LIMA²

RAFAEL MOTA DE OLIVEIRA³

MARCOS VINICIUS ALVES DE ASSIS⁴

FRANCIANE REINERT LIRA⁵

RESUMO

Este projeto tem como objetivo a elaboração de um plano de marketing para o Última Hora Bar Museu, empresa localizada na cidade de Itapema, Santa Catarina e que atua no segmento de alimentação fora do lar e entretenimento noturno. A partir do levantamento de dados, análises de concorrentes e mercadológica, identificou-se o público alvo da empresa, sendo assim foi elaborado estratégias de marketing digital, comunicação, melhorias no ponto de venda e nos processos internos a fim de atingir os objetivos apresentados pelos gestores e identificados em análise da situação atual que são: reconhecimento e visibilidade da marca e aumento de vendas. Dentre as propostas de estratégias estão: o lançamento de um novo produto, melhorias no delivery, criação de um site e parcerias comerciais. Por fim, foi elaborado planilhas de controle e implementação das estratégias propostas, bem como os investimentos necessário para executa-las. O presente projeto foi elaborado pelos acadêmicos do 5º período do Curso Superior de Tecnologia em Marketing, da Escola de Negócios da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, e orientado pela Prof. Dra Franciane Reinert.

Palavras-chave: Plano de marketing, Estratégias, reconhecimento de marca

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
anacjoska@gmail.com

² Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
carlosg_servmed@hotmail.com

³ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
agenciamaximizebc@gmail.com

⁴ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
viniassis230@edu.univali.br

⁵ Profª. Dra. Orientadora, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. francianel@univali.br