

COMUNICAÇÃO E MARKETING: Proposição de um plano de comunicação de marketing com foco na captação de recursos para a Rede Feminina de Combate ao Câncer – Itapema.

Kerly Neto Ifran¹

Manuel Carlos Pinheiro da Gama²

RESUMO

O presente projeto de pesquisa teve como objetivo geral desenvolver a proposição de um plano de comunicação de marketing com foco na captação de recursos para a Rede Feminina de Combate ao Câncer – Itapema, instituição não governamental sem fins lucrativos que tem por finalidade a prevenção do câncer de mama e outros similares do público feminino e como objetivos específicos: propor o plano de comunicação de marketing para conseguir a captação de recursos para sua sustentação, bem como, identificar os pontos fortes e fracos da organização, suas ameaças e oportunidades. Este trabalho, nos seus aspectos metodológicos uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa. Para a coleta de dados primários foi utilizada a técnica de observação participante e pesquisa documental, onde se identificou os indicadores de atendimento e o conjunto de ações de comunicação atualmente em uso pela instituição. Como base para proposição do plano de comunicação foi utilizado uma adaptação do modelo de Dias et al., (2006). Através da avaliação das ações de comunicação atualmente utilizada pela instituição, se propor o plano de comunicação, bem como, projetos para captação de recursos, através de legislação específica atendida por instituições do governo. Dessa forma acredita-se que o conjunto de objetivos foram atendidos no âmbito da metodologia do presente projeto de pesquisa.

Palavras-chave: Marketing. Terceiro setor. Captação de recursos.

¹ Graduando no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.

² Professor Mestre do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.