

ELABORAÇÃO DO PLANO DE MARKETING COM O PROPÓSITO DE ABRIR UMA UNIDADE DA PIZZA BIS NA CIDADE DE CURITIBA – PR.

Luis Eduardo Kist ¹
Luiz Carlos da Silva Flores²

RESUMO

Este trabalho elaborou um plano de marketing para a empresa Pizza Bis. Seu objetivo geral foi elaborar um plano de marketing com o propósito de abrir uma unidade da Pizza Bis na cidade de Curitiba -PR, e os objetivos específicos foram caracterizar o perfil da empresa definindo missão, visão e valores; analisar o ambiente empresarial (ameaças e oportunidades); analisar o ambiente interno (pontos fortes e fracos); determinar os objetivos e estratégias de marketing; elaborar o plano de ações. Para a construção do referencial teórico foram utilizados livros e artigos relacionados a administração e suas áreas em especial administração de serviços, administração de marketing, marketing de serviços e plano de marketing. A tipologia utilizada foi de proposição de planos, pesquisa exploratória, pesquisa descritiva, análises quantitativa e qualitativa e, estratégia da pesquisa sendo um estudo de caso. Para a análise do ambiente interno da organização, foi empregado para a coleta das informações 225 questionários com os clientes para a análise da qualidade dos serviços e produtos, usando as dimensões da escala Servicescape, e entrevista com o gestor da pizzeria. Feito a análise do ambiente externo da organização, identificou-se as oportunidades e ameaças. Feito as análises, definiu-se os objetivos e estratégias de marketing, após foi elaborado os planos de ações.

Palavras-chave: Marketing. Estratégia de marketing. Plano de marketing. Servicescape.

¹ Acadêmicos Curso de Administração, UNIVALI – Campus ITAJAI. (luis.kist@hotmail.com)

² Professor (a) do Curso de Administração – Campus ITAJAI, UNIVALI (luiz.flores@univali.br)