



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Balneário Camboriú

FERMENTADO, DESTILADO E MARKETING AFIADO: Proposta de um planejamento de marketing para a empresa Conveniência 1400

Fernanda Bastos¹

Manuel Carlos Pinheiro da Gama²

RESUMO

Cada vez mais as pessoas estão atrás de produtos e serviços rápidos e de qualidade, desta forma as conveniências vem crescendo consideravelmente nos últimos anos. Diante da grande concorrência, se torna indispensável a criação de um planejamento de marketing, para que a empresa possa melhorar a visibilidade no meio de tantas outras. Dessa forma o objetivo geral do trabalho é a proposição de um plano de marketing para a empresa Conveniência 1400. A metodologia de pesquisa utilizada foi descritiva, qualitativa e quantitativa por meio de dados primários e secundários, através de observação participante e levantamentos de dados de livros, revistas digitais e artigos. Os objetivos específicos do presente trabalho, foram: a identificação das ações de marketing que atualmente a empresa possui, a análise dos concorrentes, o potencial de mercado e a elaboração do plano de marketing. Todos os objetivos específicos foram respondidos no plano de marketing que foi adaptado de Churchill e Peter (2014), que após a adaptação tem as seguintes etapas: o resumo executivo, análise da situação atual de marketing, o planejamento de marketing, a implementação e o controle. Tornando assim possível e viável a elaboração do plano de marketing para a Conveniência 1400. Conclui-se que o trabalho atingiu o esperado pelo acadêmica e pela organização.

Palavras-chave: Palavras-chave: Marketing; Plano de Marketing; Marketing

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
feerbastos@hotmail.com

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. manuel@manuelgama.adm.br