

ATIVIDADE DE RECUPERAÇÃO – MERCADOLOGIA

Instruções:

Responda todas as questões de forma clara e objetiva. A atividade deve ser entregue digitada (Word ou PDF) e valerá **nota única**.

Questão Dissertativa

Explique com suas palavras o que é **Mercadologia** e qual sua importância para o sucesso de uma empresa. Dê um exemplo prático de como uma empresa utiliza conceitos de mercadologia no dia a dia.

R= A mercadologia é um mecanismo de estudo utilizado para analisar o comportamento dos consumidores para identificar oportunidades desenvolvendo ações para atraí-los. Torna-se importante por que ajuda a empresa a ser competitiva no mercado, pois sem a mercadologia mesmo que o produto tenha qualidade seu público é reduzido.

Trago o exemplo de uma padaria de bairro, que para aumentar suas vendas faz uma análise de público; adapta e divulga o produto e acompanha os resultados. Com mais detalhes pode funcionar da seguinte forma: A análise do público é perceber os horários de maior movimentação, então ela observa a necessidade do público daquele horário e cria estratégias para atraí-los, com promoções, horários adaptados para atendê-los, diversidade de produtos etc...

Pesquisa Aplicada

Escolha uma empresa da sua cidade (pode ser comércio, indústria ou serviço) e:

- Descreva qual é o **público-alvo** dessa empresa.
- Identifique o **produto ou serviço** principal que ela oferece.
- Analise como essa empresa trabalha os **4 Ps do Marketing** (Produto, Preço, Praça e Promoção).

Obs.: Caso não consiga falar com a empresa, use informações públicas (site, redes sociais ou observação).

R= Empresa escolhida: Supermercado Compre bem (Barreiro)

- Público Alvo:** Moradores da região que buscam diversidade de produtos alimentos; higiene e limpeza com preços acessíveis.*
- Produto ou serviço:** Vendas de alimentos diversos, produtos de higiene, bebidas e variedades, com foco em conveniências e preços competitivos.*
- 4 Ps do Marketing:**
Produtos: Ampla variedade de itens de consumo, voltados para as necessidades básicas e diárias de seu público, buscando sempre qualidade.*

Preço: Busca sempre trabalhar com preços competitivos, oferecendo promoções semanais e descontos em produtos de maior consumo diário para atrair os clientes sensíveis ao preço.

Praça: Localiza-se sempre em um bairro de fácil acesso de forma estratégica para facilitar o deslocamento dos moradores locais fidelizando-os.

Promoção: Na maioria das vezes utilizam cartazes promocionais visíveis na porta do comércio, para chamar a atenção dos clientes locais e de passagem, usam divulgação em redes sociais e ou carros de propagandas anunciando as ofertas para atrair maior número de consumidores.

3- Estudo de Caso Simplificado

Imagine que você é o gerente de marketing de uma pequena lanchonete.

- Crie um **novo produto** (ex.: sanduíche especial, combo, sobremesa).

R= Combo lanche da tarde-1 hambúrguer artesanal + batata frita pequena + suco natural

- Defina um **preço** para esse produto e justifique sua escolha.

R= R\$20,00 – O valor é acessível para o público local, oferece uma refeição completa, diferente do comum com um preço bem competitivo comparado aos outros lanches e lanchonetes próximas.

- Indique o **ponto de venda** (local de comercialização ou canal online).

R= No local ou delivery pelo WhatsApp/iFood com taxa fixa para entrega.

- Crie uma **ideia de promoção** para divulgar esse produto.

R= Nome da promoção: “Hora do Lanche” – divulgada nas redes sociais em cartazes na fachada da lanchonete, será ofertado desconto de R\$ 2,00 no horário das 15h às 17h para consumir no local, isso atrairá movimentos e ampliará a divulgação dos demais produtos e a lanchonete ficará conhecida por um grande número de clientela.

4- Reflexão Pessoal

Como consumidor, quais estratégias de marketing mais chamam a sua atenção (promoções, embalagens, propagandas, redes sociais etc.)? Explique o porquê.

R= As promoções e descontos são sempre meu ponto fraco enquanto consumidor, gosto da ideia de fazer uma compra vantajosa, onde economizo e satisfaço a vontade de obter aquele produto. A criatividade nas propagandas das redes sociais influenciam bastante e chamam a minha atenção na apresentação do

produto e no preço, a embalagem criativa também me atraem muito, mas quando se trata de alimento analiso bem a qualidade do armazenamento e o cuidado da empresa com a higiene do alimento.

Critérios de Avaliação:

- Clareza e coerência nas respostas (3 pontos)
- Aplicação correta dos conceitos de mercadologia (4 pontos)
- Criatividade na proposta de novo produto e promoção (2 pontos)
- Organização e apresentação (1 ponto)

Valor Total: 10,0 pontos