

MARKETING

Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais
Prof. Alfredo Ribeiro Cárdenas

Gestão de Marketing

Atividades de “aquecimento”:

- ✓ Que palavras vêm à sua mente quando pensa em “Marketing”?
- ✓ Formular/**construir**, com suas **próprias palavras** (sem pesquisar em nenhum lugar), uma **definição/entendimento** inicial para “**Marketing**”.

OBJETIVOS DA AULA:

- Compreender o que é Gestão de Marketing e entender seu papel em uma organização.
- Conhecer diferentes conceitos/conhecimentos pertinente à Gestão de Marketing e que fundamentam suas atividades.
- Perceber a utilidade dos conhecimento sobre Marketing para seu próprio futuro profissional.

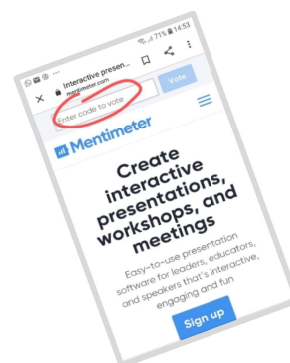


Gestão de Marketing

O QUE É MARKETING?

<https://www.mentimeter.com/>

Que palavras vêm à
sua mente quando
pensa em marketing?



Formular/construir, com suas próprias palavras, uma definição inicial para “marketing”.

Pesquisar o significado de marketing em livros e na internet (anotar).
Depois reconstruir sua própria definição com base no que foi encontrado na pesquisa.

Resultado da nuvem de palavras...



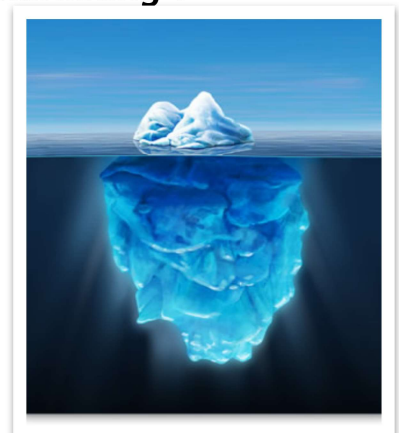
O que é Marketing? E o que não é Marketing?

Marketing é uma **palavra utilizada de diferentes formas** por diferentes pessoas.

- “Aquele atitude do Fulano foi apenas uma **jogada de marketing**”.
- “Nossa empresa precisa **fazer mais marketing**”.

Algumas vezes, a palavra Marketing é usada relacionada a **algo negativo**; outras vezes, assume um **sentido restrito** associando Marketing, exclusivamente, à ideia de “**propaganda**”.

Marketing não é propaganda!



O que é Marketing?

Existem dezenas de conceitos/definições. Alguns consideram o marketing como ciência, processo, conjunto de atividades, função organizacional, filosofia, arte...

“É um processo que objetiva a construção de relações duradouras” (LEVINSON, 2004).

Marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros (KOTLER, 2000).

Marketing é o processo de planejamento e execução da **concepção**, da determinação de **preço, promoção, e distribuição** de ideias, bens e serviços para criar **negociações que satisfaçam metas individuais e organizacionais** (AMA).

Processo de configuração das “**VARIÁVEIS CONTROLÁVEIS**” de um “**PRODUTO**” objetivando criar uma “**PROPOSTA DE VALOR**” que satisfaça as “**PARTES ENVOLVIDAS**”.

Marketing... Gestão de Marketing

A ideia que sustenta a Gestão de Marketing envolve, portanto, configurar as “variáveis controláveis” de um produto/serviço afim de que ele seja “desejado”*.



Quais são estas variáveis estratégicas(?): existem diferentes modelos que apontam quais variáveis a administração de marketing deve se preocupar, sendo o **Modelo de McCarthy** (os 4 Ps: **Produto, Preço, Praça e Promoção**) o mais conhecido.

Composto de Marketing



O **composto de marketing** (também conhecido como “composto mercadológico”, “mix de marketing”, ou “marketing-mix”) é a **combinação das variáveis que são controláveis** por um empresa (**os 4 Ps do Modelo de McCarthy**), e que vão construir a proposta de valor e satisfação do cliente e a própria organização ofertante.

Composto de Marketing - Produto

“**Produto**” é qualquer coisa que possui valor de troca (bem físico tangível, serviço, ideia, pessoa, instituição...); um **conjunto de atributos** e resultados que pode ser “consumido/trocado”, que **satisfaz necessidade(s)**.

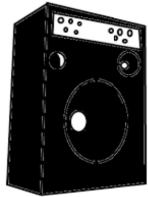
- ✓ Em marketing, “**produto**” tem um sentido amplo: camisa, copo de suco, cachorro, computador, político, show, hospedagem em um hotel, transporte de taxi/ônibus, celular, ligação/chamada feita pelo celular, energia elétrica consumida em casa, internet...
- ✓ Decisões relativas ao **P** de **produto** envolvem tanto os **atributos tangíveis**, quanto os **atributos intangíveis** e o conjunto de benefícios funcionais e emocionais que ele pode proporcionar (nome, tamanho, variedade, design, durabilidade, garantia, cor, sabor, textura...).



Composto de Marketing - Produto



PAUSE
BREAK



Composto de Marketing - Produto

PENSE
NISSO!

Em última análise, o consumidor **não compra um produto**. Ele compra, na verdade, os **benefícios** derivados **do produto**:



Composto de Marketing - Preço

O Preço é **componente fundamental na avaliação do custo/benefício envolvido na troca** e percepção de valor observada pelo consumidor; ao mesmo tempo é a **variável que determina o resultado (lucro ou prejuízo)** obtido pela organização.

- ✓ O preço é uma das **variáveis mais flexíveis do composto de marketing**, podendo ser alterada rápida e economicamente (mudanças nos outros elementos do composto podem ser mais complexas).
- ✓ Importante notar que esta variável relaciona-se **não só ao preço do produto**, mas também às **formas de pagamento**, aos **descontos** que serão oferecidos, **prazos, planos de desconto/fidelidade...**



Composto de Marketing - Preço

The collage includes several examples of marketing offers:

- ACEITAMOS PAGAMENTO**: Boleto, Cheque, Cartão.
- DESCONTO NO**: pix, 10%.
- PARCELAMOS EM ATÉ**: 10x.
- TUDO EM ATÉ 10x sem juros**.
- POSTO MICHELLS**: Gasolina Comum (3.56) and Gasolina Aditivada (3.65).
- OFERTA DO OUTUBRO CDA**: Pulse Drive 1.3 Manual 22/23, R\$94.990.
- CHOPP EM DOBRO TODA QUINTA**.
- CHOPP PELA METADE DO PREÇO NO HAPPY HOUR EM FEVEREIRO**.
- SUPER OFERTA**: Aproveite! (Leve 2 por R\$39,90).
- Fibra 500 MEGA**: R\$59,90 por 3 meses.
- Ganhe anuidade grátis pra sempre** (Recar seu 19 cartão de crédito Bradesco).
- Anuidade Grátis e 5 mil pontos bônus**.

60,00? 12 x 90,00!

Composto de Marketing - Praça ("ponto"/"distribuição")

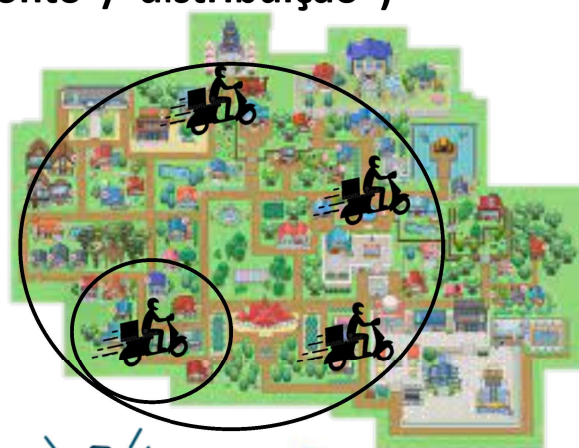
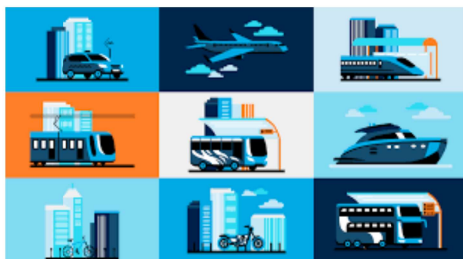
Decisões de "praça" estão relacionadas aos diversos aspectos relacionados à **disponibilização dos produtos para que as trocas aconteçam** (por exemplo: decisões sobre a **localização física** e **distribuição** envolvida para fazer o produto chegar às mãos dos consumidores).

- ✓ **Onde** o produto/serviço **será oferecido**?
- ✓ **Como** o **público-alvo** escolhido **será atingido** com eficiência?
- ✓ Que **canais de distribuição** serão utilizados?

(canais, cobertura, estoque...).



Composto de Marketing - Praça ("ponto"/"distribuição")



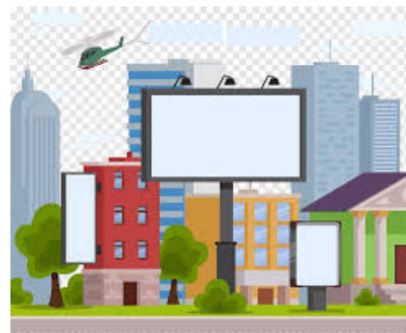
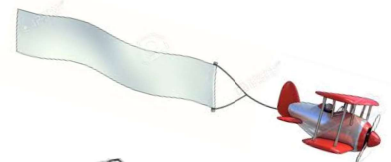
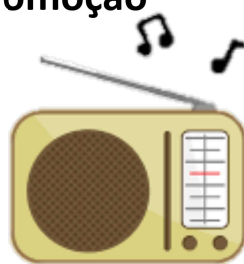
Composto de Marketing - Promoção

É o esforço de comunicação ativa dos atributos e benefícios de um produto para o mercado-alvo. Pode ou não envolver a criação e veiculação de propaganda/publicidade.



- ✓ As decisões do “P” de promoção consideram aspectos como a imagem a ser construída pelo produto (posicionamento de mercado), os **objetivos a serem atingidos**, a **elaboração da mensagem**, a escolha dos **canais de comunicação**.
- ✓ Pode envolver **informação sobre o produto**, sobre os **benefícios** de seu consumo, as **necessidade que ele satisfaz**, sobre sua **utilização**, apelo ao consumo, etc.

Composto de Marketing - Promoção



Isso é Marketing!

Marketing pode ser entendido como um “PROCESSO” que envolve a configuração de “VARIÁVEIS CONTROLÁVEIS” de um “PRODUTO”, objetivando criar uma “PROPOSTA DE VALOR” que satisfaça as “PARTES ENVOLVIDAS”.



Variáveis controláveis



Satisfação



Proposta de valor

Isso é Marketing!



<https://www.youtube.com/watch?v=bWiP1zz0EIY&feature=youtu.be>
<https://www.youtube.com/watch?v=qyEuvRS02C8>

Propaganda ou Publicidade?



Publicidade



Propaganda

Ambas são técnicas de promoção/comunicação, mas apresentam objetivos distintos.

- ✓ A **publicidade** é uma forma de comunicação que visa divulgar um bem ou serviço de uma organização, visando fins comerciais.
- ✓ Já a **propaganda** tem como finalidade divulgar conceitos, opiniões e causas sociais.

Crítica ao modelo dos 4 Ps... os 4 Cs

O modelo dos 4 Ps reflete o ponto de vista da empresa sobre como construir sua proposta de valor ao mercado. Mas tal perspectiva é, de certa forma, contraditória ao próprio conceito de Marketing, que se preocupa com a satisfação do Cliente.

Assim, surgiu o modelo dos 4 Cs, cuja perspectiva tem foco no cliente.

OS 4 Ps	OS 4 Cs
(Ponto de vista da empresa)	(Ponto de vista do cliente)
PRODUTO	(valor/benefício p) CLIENTE
PREÇO	CUSTO
PRAÇA	COMODIDADE
PROMOÇÃO	COMUNICAÇÃO

Exercícios Fixação/Reflexão...

- ✓ O que é **Marketing**?
- ✓ O que é **Composto Mercadológico**?
- ✓ Marketing e composto de marketing são a mesma coisa?
- ✓ O modelo de composto mercadológico dos 4 Ps é o único que existe? Qual a principal crítica ao modelo dos 4 Ps?
- ✓ Se Marketing não é **propaganda**, explique a relação existente entre esse dois elementos.
- ✓ Que palavra vem à sua mente quando pensa em marketing, agora?



RETOMANDO OS OBJETIVOS DA AULA:

- Compreendeu o que é Gestão de Marketing e entendeu seu papel em uma organização? ✓
- Conheceu diferentes conceitos/conhecimentos pertinente à Gestão de Marketing e que fundamentam suas atividades? ✓
- Percebeu a utilidade dos conhecimento sobre Marketing para seu próprio futuro profissional? ✓

Você também é um “produto”!
(profissional, aluno, amigo, cônjuge...).

