

**PROJETO DE APLICAÇÃO**

***MARKETING:*  
ESTRATÉGIAS, NEGÓCIOS  
DIGITAIS E EXPERIÊNCIA  
DO CLIENTE**



# ESTRUTURA DO PROJETO

## SEMANA 1



### LIVE

Live de apresentação da proposta do projeto, realizada pelo professor PUC-Campinas, com explicação geral sobre a proposta.

## SEMANA 2



### FEEDBACK

Estudante pode enviar dúvidas específicas ou fazer entrega parcial para receber orientações e *feedback* do professor. Etapa não é obrigatória e não vale nota.

## SEMANA 3



### FEEDBACK

Professor elabora *feedback* para aqueles estudantes que enviaram dúvidas ou fizeram entrega parcial.

## SEMANA 4



### CONCEPÇÃO

Estudante elaborando entrega do projeto, considerando eventuais apontamentos do *feedback* do professor.

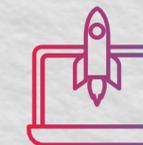
## SEMANA 5



### LIVE

Live para os estudantes tirarem as últimas dúvidas sobre a entrega do projeto.

## SEMANA 6



### ENTREGA

Estudante entrega o projeto completo.

FÓRUM TIRA-DÚVIDAS

## O PROJETO DE APLICAÇÃO

O **Projeto de Aplicação** é a disciplina certificadora dos cursos de pós-graduação da Pós PUC-Campinas e tem por objetivo relacionar as teorias estudadas no decorrer do curso com a prática profissional do estudante.

Ela tem duração de **6 semanas** e conta com **2 lives** e com um **fórum tira-dúvidas**, ambos conduzidos pelo professor PUC-Campinas responsável pelo projeto.

Para obter a certificação de especialização, é imprescindível que o estudante curse e obtenha a aprovação nessa disciplina.



# 1

## PROPOSTA DO PROJETO

### PROPOSTA DO PROJETO DE APLICAÇÃO DO CURSO DE *MARKETING*: ESTRATÉGIAS, NEGÓCIOS DIGITAIS E EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

#### Descrição geral da proposta

Este projeto visa a capacitar os estudantes para a elaboração de um plano de *marketing* abrangente para uma empresa real, contemplando desde o diagnóstico inicial até a implementação e a avaliação de estratégias inovadoras. Os estudantes devem apresentar um panorama detalhado da empresa, incluindo sua história, produtos ou serviços, atuação e posicionamento no mercado. A análise deve identificar problemas ou oportunidades de melhoria ou inovação, baseando-se em dados primários e secundários coletados por meio de metodologias adequadas. A proposta detalhada deve incluir estratégias de *marketing* fundamentadas nos conhecimentos adquiridos no curso, bem como práticas de *benchmarking*. O plano de implementação deve ser minucioso, com ações detalhadas, cronograma e estimativa de investimentos. Além disso, os estudantes precisam definir objetivos claros e os benefícios esperados, assim como métricas e indicadores de desempenho para monitorar o progresso e os resultados.

# 2

## METODOLOGIA

O Projeto de Aplicação envolve a elaboração de uma proposta de estratégias de *marketing* para uma empresa real, contemplando as seguintes etapas:

- a) **Apresentação da empresa:** panorama geral, com informações da história, dos produtos/serviços, da atuação e do posicionamento no mercado.



**b) Diagnóstico e identificação do problema ou oportunidade de melhoria ou inovação:** análise das estratégias de *marketing* da empresa e de seus concorrentes, o comportamento de *prospects*, consumidores e usuários, utilizando metodologias e tecnologias adequadas para coleta e monitoramento de dados. Você deverá identificar e apresentar uma situação-problema ou uma oportunidade de melhoria/inovação na empresa, realizando uma análise contextual baseada no levantamento de dados primários e secundários. O diagnóstico deve contemplar:

- **Coleta de dados:** levantamento de dados primários (pesquisas, entrevistas, documentos e registros das empresas, etc.) e/ou secundários (relatórios, artigos, dados do setor, etc.).
- **Análise contextual:** análise do cenário de mercado, incluindo concorrentes e comportamento de consumidores e *prospects*.
- **Identificação de problemas e/ou oportunidades:** identificação de problemas ou oportunidades de melhoria/inovação baseada na análise de dados.



- 
- c) **Desenvolvimento da proposta:** desenvolvimento de uma proposta detalhada para a resolução do problema ou a implementação da melhoria/ inovação, incluindo:
- **Estratégias de *marketing*:** fundamentadas nos conhecimentos adquiridos no curso e em *benchmarking*.
  - **Plano de implementação:** detalhamento das ações, do cronograma e da estimativa de investimentos.
  - **Objetivos e benefícios:** definição de objetivos claros e benefícios esperados com a proposta.
  - **Métricas e *key performance indicators* (KPIs):** identificação de indicadores de desempenho para monitorar o progresso e os resultados da implementação.

# 3

## OBJETIVO GERAL DA PROPOSTA

Permitir que os estudantes apliquem os conhecimentos adquiridos no curso, contribuindo para seu desenvolvimento profissional e para a melhoria contínua das organizações em que atuam. Avaliar a habilidade dos estudantes em identificar problemas e/ou oportunidades de melhoria/ inovação e desenvolver propostas relevantes, considerando estratégias de *marketing*, contextos digitais e a experiência do cliente.



# 4

## RESULTADOS ESPERADOS

Ao realizar este projeto, espera-se que os estudantes sejam capazes de:

- Compreender o cenário do setor em que a organização atua, por meio da análise detalhada do mercado e da concorrência.
- Identificar problemas e/ou oportunidades de melhoria ou inovação que possam ser implementadas na organização, visando a impactar positivamente a experiência do cliente, o valor da marca e os resultados da empresa.
- Propor soluções alinhadas ao diagnóstico apresentado, fundamentadas em conceitos de *marketing* e boas práticas de mercado.



- Apresentar, de forma clara e mensurável, os objetivos e resultados esperados com a implementação das propostas.
- Definir métricas e KPIs estratégicos para monitorar o progresso e os resultados da implementação.
- Elaborar uma apresentação autoexplicativa, em formato de relatório executivo, que reflita as práticas atuais de planos de *marketing* no mercado.

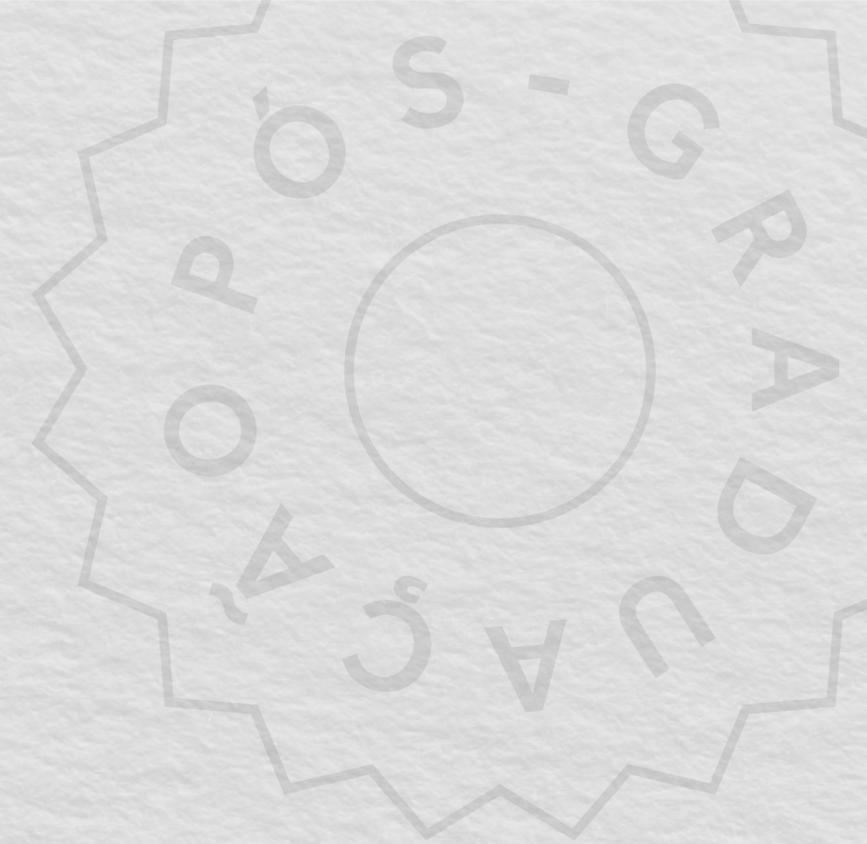


# 5

## OBSERVAÇÕES

Este Projeto não é apenas a disciplina final do seu curso de especialização, mas também uma oportunidade valiosa para aplicar todo o conhecimento adquirido e se destacar no mercado. Este é o momento de desenvolver um projeto que impulsionará a sua empresa e servirá como um portfólio para novas oportunidades profissionais. Cada estratégia elaborada e cada decisão tomada refletirão seu potencial e determinação. Encare este projeto não como um simples requisito acadêmico, mas, sim, como um catalisador para demonstrar sua *expertise*, sua criatividade e sua capacidade de inovação. Transforme desafios em oportunidades. Use essa iniciativa para mostrar do que você é capaz, para alcançar novos patamares de sucesso e se destacar no mercado. Deixe sua marca e inspire-se a ser a melhor versão de si mesmo. Segundo Steve Jobs, “a inovação distingue um líder de um seguidor”.





## **FEEDBACK**

Se desejar, você terá a oportunidade de postar uma entrega parcial ou mesmo dúvidas específicas para serem verificadas pelo professor PUC-Campinas responsável pelo Projeto de Aplicação antes da entrega final do seu projeto. Portanto fique atento ao prazo que você terá para essa ação. O envio não será avaliado mediante nota, mas serve como um *feedback* de apoio e direcionamento elaborados pelo professor PUC-Campinas para o seu projeto ou dúvida específica.

## DESENVOLVENDO O PROJETO

Para iniciar o seu Projeto de Aplicação, recomendamos que faça o *download* do **checklist** disponível. Ele irá ajudá-lo a estruturar o projeto e servirá como um guia para autoavaliação, garantindo que todos os dados sejam mapeados, todas as etapas sejam elaboradas e todos os requisitos necessários sejam atendidos.

## ORIENTAÇÃO AO ESTUDANTE

Para elaborar seu projeto, você deverá mapear e descrever os itens a seguir de forma clara e detalhada:



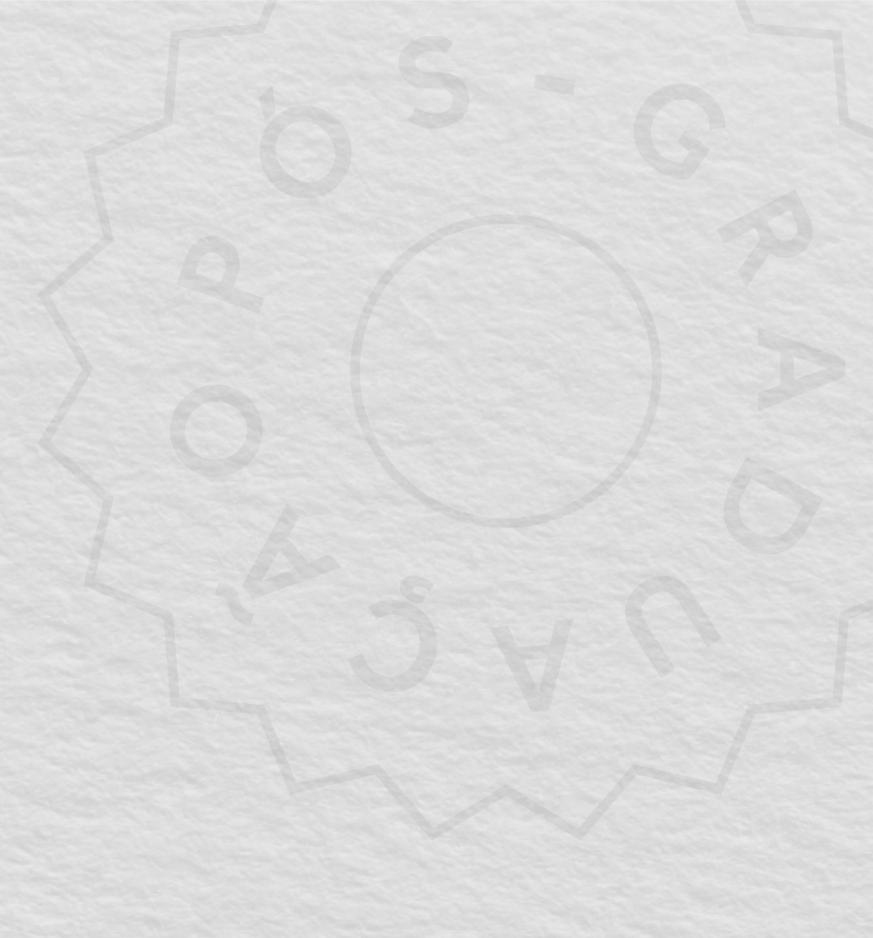
## 1) APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Apresente a empresa fazendo um panorama geral, com informações da sua história, produtos/serviços, atuação e posicionamento no mercado. Ao escolher a empresa, você poderá usar dados primários reais – nesse caso, é fundamental **não citar o nome da empresa**, atribuindo um nome fictício a ela, ou usar dados secundários divulgados ao mercado externo, ou seja, que possam ser acessados pelo grande público. Assim, você não precisa ser funcionário da empresa para realizar este trabalho, mas deve ter informações de mercado para poder identificar uma melhoria ou inovação ou propor estratégias para aperfeiçoar a experiência do cliente dessa empresa. A apresentação deve indicar o ramo e o tempo de atuação, o portfólio de produtos/serviços comercializados e o perfil dos clientes atuais e *prospects*.



## 2) DIAGNÓSTICO

Apresentação de dados primários e/ou secundários de mercado e da concorrência que justifiquem um problema ou apontem oportunidades de melhoria ou inovação na área de *marketing*. Aqui, é necessário apresentar dados que levem o leitor a entender por que tal situação é um problema ou como a empresa pode se beneficiar com a implantação de melhorias ou inovações que gerem diferencial competitivo. Exemplos de dados primários são resultados de pesquisas, entrevistas, documentos e registros das empresas, etc. Como dados secundários, você pode utilizar relatórios como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Folha de São Paulo, Nielsen, Fundação Getúlio Vargas (FGV), artigos, dados do setor, *sites* oficiais, entre outros, para uma análise do cenário de mercado, concorrentes e comportamento de consumidores e prospects. Essas análises devem levar a identificação de problemas e/ou oportunidades de melhoria/inovação. A maneira como você vai apresentar fica a seu critério. O importante é desenvolver a capacidade de síntese e de organização das informações de maneira clara e organizada nos *slides*.

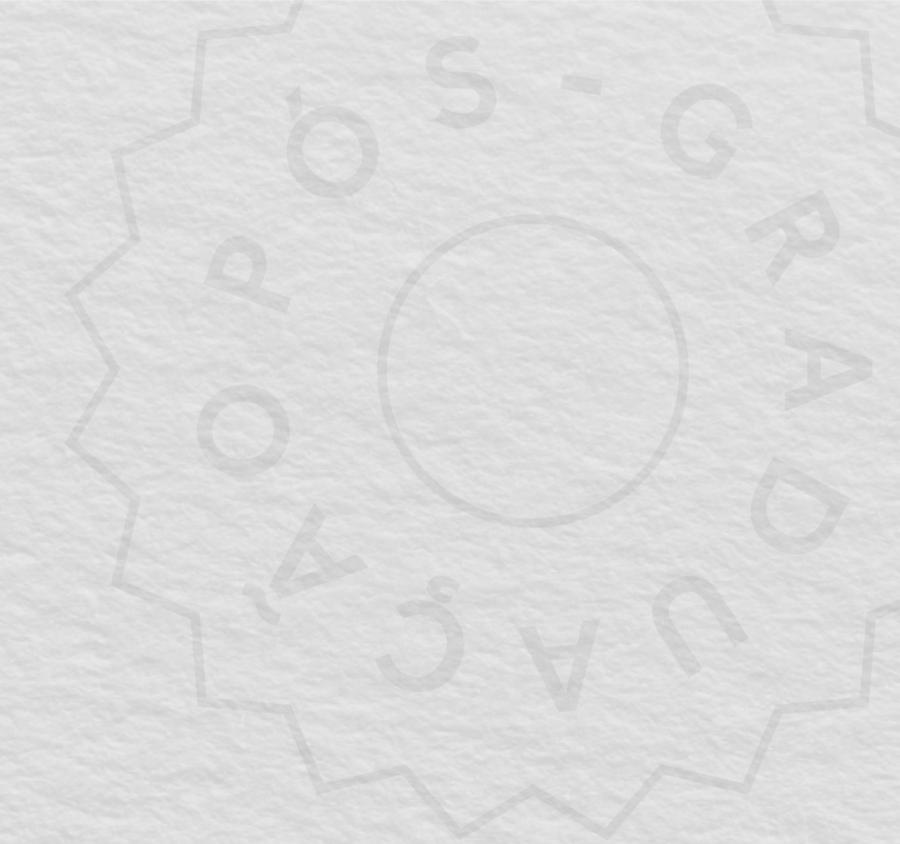


### **3) APRESENTAÇÃO DO PROBLEMA, MELHORIA OU INOVAÇÃO A SER IMPLEMENTADA**

Após fazer o diagnóstico, deixe claro qual é o ponto crucial do seu projeto – de forma objetiva, descreva o que pretende fazer, qual problema vai resolver ou qual é a melhoria ou inovação que propõe para a empresa.

### **4) SOLUÇÃO PROPOSTA**

Explique o que você propõe que seja implementado na empresa. Apresente referências de boas práticas no mercado ou conceitos que embasam o porquê de isso gerar benefícios e resultados para a empresa. Nesta etapa, você demonstra sua capacidade de propor estratégias que visam a melhorar o desempenho da empresa e a experiência do cliente e a promover transformação digital em uma área ou unidade da empresa. Embase suas ideias em conceitos de *marketing* e boas práticas de mercado. Pode citar exemplos de outras empresas, mesmo que sejam de setores diferentes, que conseguiram resultados positivos com as estratégias que você está propondo. Mostre o que é inovador, o que é melhoria, e como isso vai impactar o desempenho da empresa e/ou a experiência do cliente. No caso de estratégias para resolução de problema, demonstre claramente como o problema será minimizado ou sanado com as ações propostas.

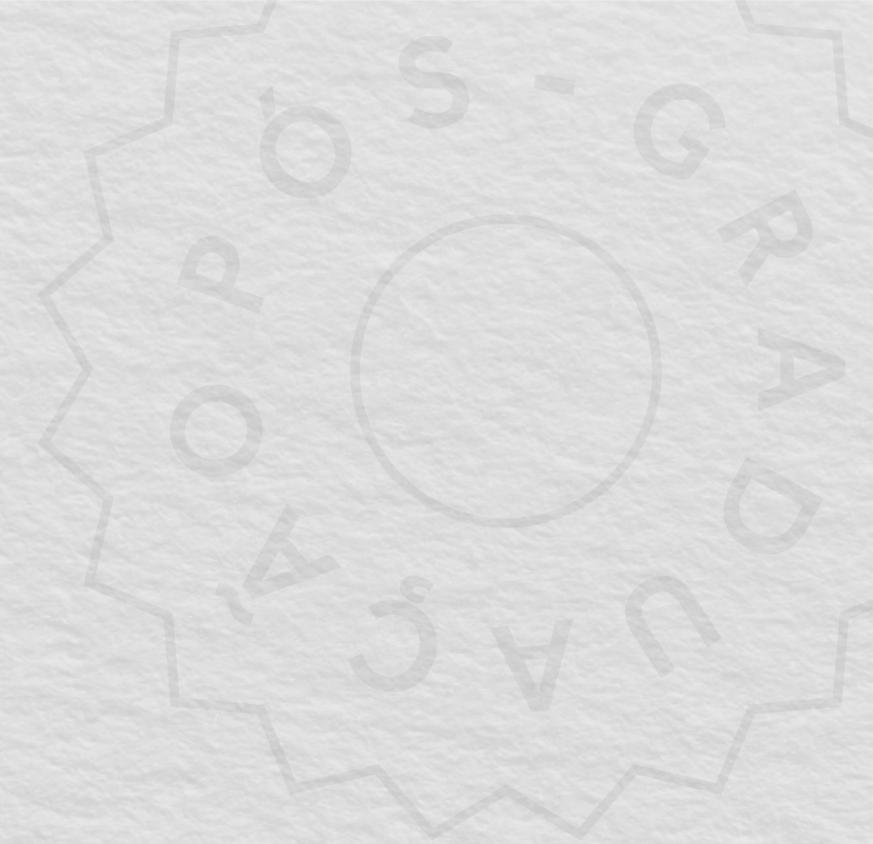


### **5) Métricas (indicadores) a serem utilizadas no acompanhamento do projeto proposto:**

Indique, pelo menos, **três** disciplinas do curso que foram importantes para você realizar este projeto e descreva brevemente de que forma elas contribuíram, quais foram os temas relevantes, os exemplos que lhe inspiraram, etc.

### **6) OBJETIVOS, BENEFÍCIOS E RESULTADOS ESPERADOS**

Descreva quais são os objetivos do projeto, bem como os benefícios e resultados almejados, ou seja, o que a empresa pode esperar com as estratégias que você propõe implementar e que resultados isso irá proporcionar. Aqui, você precisa apresentar resultados mensuráveis (ex.: aumentar a base de clientes em x%, aumentar a satisfação do cliente em x%, diminuir a evasão em x%, alcançar x seguidores em x meses, diminuir o custo de aquisição de clientes – CAC – em x%, etc.).



## **7) ESTIMATIVAS DE RECURSOS, INVESTIMENTOS E CRONOGRAMA**

Apresente uma ideia de orçamento e um cronograma de projeto. Não é necessário comprovar com orçamentos anexos, mas é preciso ter uma ideia da dimensão dos recursos financeiros, das pessoas e do tempo necessários para a realização das ações propostas.

## **8) MÉTRICAS PARA AVALIAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO PROJETO**

Explique quais serão os KPIs para acompanhar e identificar se os resultados serão ou não alcançados com a implementação da proposta. Neste item, você deve apresentar, pelo menos, **cinco** métricas coerentes com os objetivos e resultados esperados, contendo sua justificativa e a explicação sobre como serão obtidas.



## DESCRIÇÃO DA ENTREGA

Apresentação em formato de **relatório executivo**, seguindo as boas práticas de mercado para projetos de marketing e a norma padrão na escrita, com as fontes e referências indicadas. Desenvolva seu projeto em uma ferramenta de apresentação e criação de conteúdo como **Power Point, Canvas**, etc., mas, para subir na plataforma, **transforme o arquivo em PDF**. O arquivo deve ter de 15 a, no máximo, 40 *slides*.

Não existe uma estrutura rígida para elaborar o projeto, mas recomenda-se que os títulos colocados nos *slides* estejam relacionados às etapas obrigatórias. Uma ideia é fazer capas que mostrem claramente qual tema está sendo apresentado.

A seguir, confira exemplos de títulos para utilizar nos *slides* da sua entrega. Você tem a liberdade de apresentar seu projeto da maneira que quiser. Não precisa seguir essa ordem de forma sequencial, mas é importante que, ao longo do projeto, todos esses itens sejam abordados e claramente identificados.

- **CAPA INICIAL**

Título do projeto – apresentar o nome da empresa e o escopo principal do projeto – o que pretende apresentar como solução, melhoria ou inovação.

- **A EMPRESA**

Apresentação da empresa.

- **DIAGNÓSTICO**

Apresentação do diagnóstico.

- **PROBLEMA, MELHORIA OU INOVAÇÃO A SER IMPLEMENTADA**

Conclusão clara do diagnóstico – o que você vai abordar no projeto.

- **SOLUÇÃO OU O NOME DA MELHORIA/INOVAÇÃO PROPOSTA**

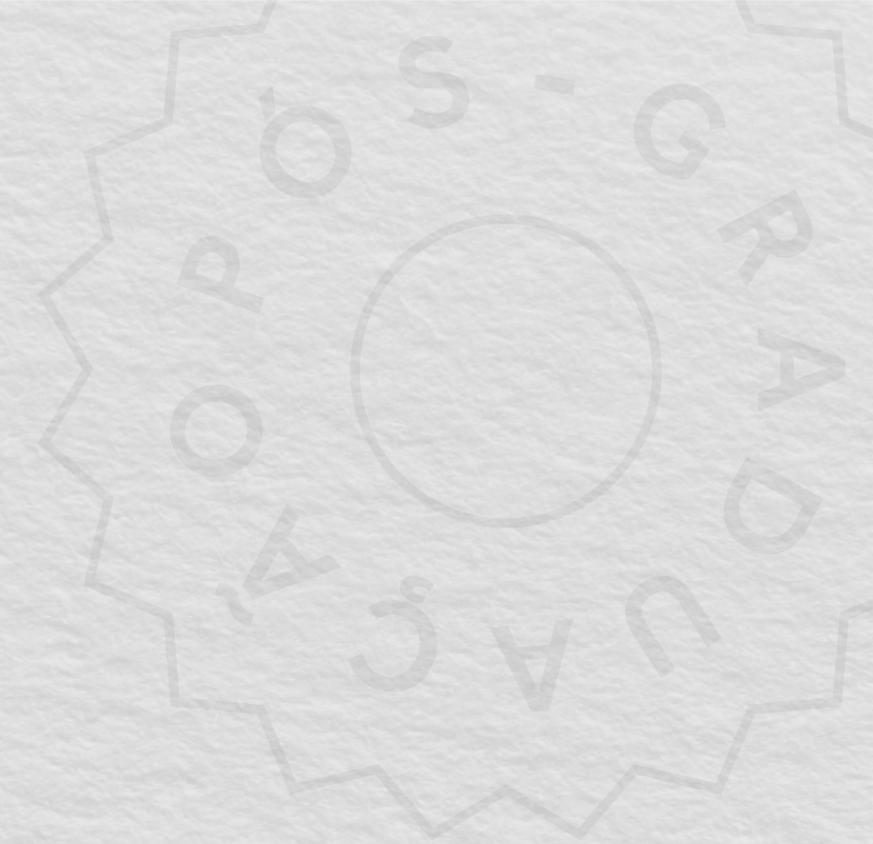
Exemplo: implantação de estratégias de Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM – de Customer Relationship Management), Otimizando a Jornada do Cliente, Implantando uma comunicação Omnichannel, etc. Também inclui explicação detalhada da solução proposta (o que, e de que forma, será implementado).

- **DISCIPLINAS QUE CONTRIBUÍRAM OU INSPIRARAM**

Descrição das disciplinas e destaque dos principais tópicos que contribuíram ou inspiraram a desenvolver suas ideias no projeto.

- **OBJETIVOS, BENEFÍCIOS E RESULTADOS ESPERADOS**

Apresentação dos objetivos do projeto e dos benefícios e resultados esperados.



- **INVESTIMENTOS**

Apresentação de uma estimativa de investimentos necessários para implementar o projeto, incluindo os custos de aquisição de tecnologia, mídia e contratação de pessoas, consultorias, agência, etc., para desenvolver o projeto.

- **CRONOGRAMA**

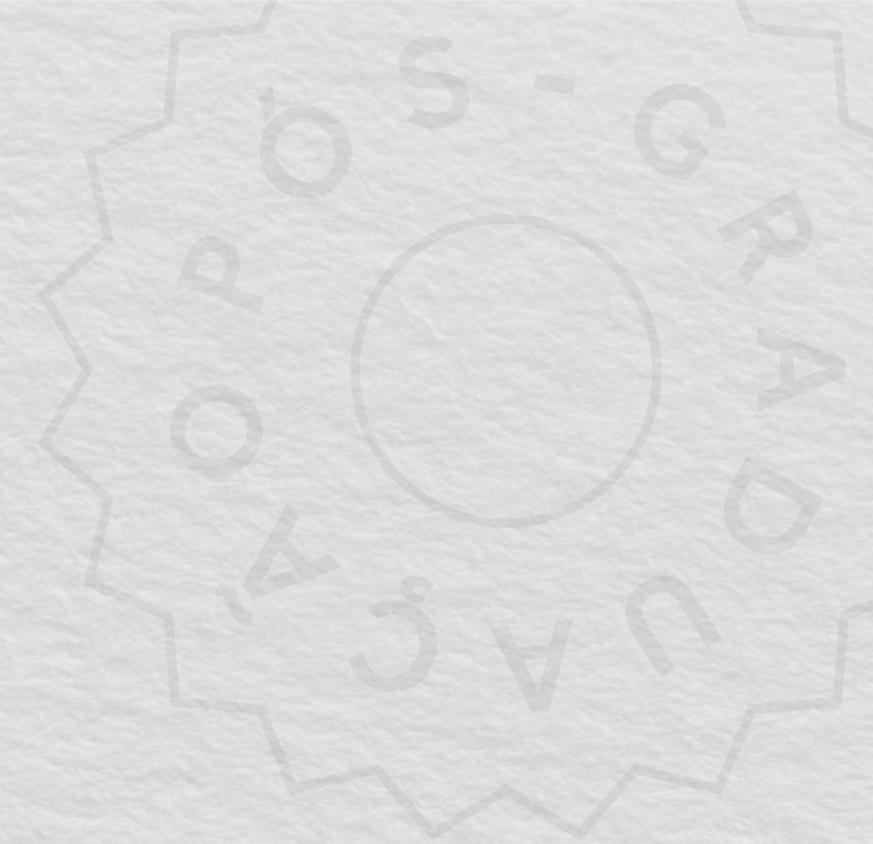
Apresentação de um cronograma para a implementação das ações.

- **MÉTRICAS**

Apresentação a respeito de como acompanhar se os resultados estão sendo alcançados, apontando as métricas, explicando por que tais métricas são adequadas, como elas serão obtidas e com que frequência.

- **REFERÊNCIAS**

Referências utilizadas nos dados secundários.



## CRITÉRIOS GERAIS AVALIADOS

Os critérios a serem avaliados são os seguintes:

- **Apresentação da empresa** – clareza e detalhamento na descrição da empresa.
- **Diagnóstico da empresa e apresentação do problema, melhoria ou inovação a ser implementada** – apresentação de dados primários e/ou secundários de mercado e da concorrência que justifiquem o problema ou apontem oportunidades de melhoria ou inovação na área de *marketing*.
- **Solução proposta** – descrição detalhada do que será implementado na empresa.
- **Disciplinas do curso que contribuíram para inspirar e/ou embasar a proposta** – apresentação e justificativa de, pelo menos, três disciplinas que embasaram ou inspiraram a proposta.
- **Objetivos, benefícios e resultados esperados** – objetivos e resultados mensuráveis.
- **Estimativa de recursos, investimentos e cronograma** – apresentar uma estimativa da dimensão dos recursos financeiros, de pessoas e de tempo necessários para a realização das ações propostas.



- **Métricas para avaliação e acompanhamento do projeto** – apresentar, pelo menos, cinco métricas coerentes com os objetivos e resultados esperados com a devida justificativa do porquê e da forma como elas serão alcançadas.
- **Apresentação do projeto** – leiaute, clareza e forma de apresentar as informações.

