

Luminarte: Laboratório de Gestão de Marketing

Autor: Fernanda Dalpiaz

Email: jujferripinto@hotmail.com

Orientador (a): Anderson Cotrim Médio

Coautores: Giovanni Sanfelice; Julia Ferri Pinto; Victória Seibel; Vitória Pinheiro

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - campus Osório

Área: Ciências Sociais Aplicadas

Resumo: O departamento de marketing da miniempresa Luminarte S.A./E tem como objetivo oportunizar aos alunos do ensino médio integrado em Administração vivências práticas na área de marketing e comercialização. Coube a esse departamento fazer o levantamento de demanda que identificou o produto a ser fabricado e comercializado. O uso da ferramenta de pesquisa de demanda justifica-se na busca pela identificação mais segura de qual necessidade poderia ser atendida, com retorno planejado e desejado, em consonância com as expectativas dos colaboradores e acionistas. A metodologia desenvolvida buscou, numa fase preliminar, definir o produto a ser fabricado de maneira viável e com provável aceitação pelo mercado, com nível de preço que gerasse os resultados pretendidos. Seguido a isso, buscou-se mecanismos de construção de uma identidade organizacional alinhada fortemente com a manutenção da sustentabilidade, consolidado pelos aspectos de reaproveitamento de materiais e baixo consumo de energia do produto. Na extremidade final do trabalho do departamento de marketing constituem-se as ferramentas de promoção, propaganda e venda da luminária sustentável. Entre os resultados obtidos pelo departamento, além dos que já foram citados, foram definidas exposições no campus e fora dele, elaboração e produção de folders e cartazes promocionais e foram ao ar perfis da Luminarte no Facebook e no Instagram. As redes sociais foram eleitas como mídia essencial e indispensável para a divulgação e promoção da luminária sustentável, servindo de canal para comunicação com o público e divulgação de fotos, comentários e vídeos relacionados ao produto e sua confecção.