

UNIVERSIDADE PAULISTA
CURSOS SUPERIORES DE TECNOLOGIA
Projeto Integrado Multidisciplinar IV – PIM IV

Análise Conjuntural – Marketing

O Projeto Integrado Multidisciplinar IV – PIM IV será dividido em duas partes, sendo a primeira a realização da aplicação da teoria desenvolvida em sala de aula em uma empresa a escolha do grupo. A realização da análise estará baseada nos seguintes itens:

- i) **MARKETING INTERNACIONAL:** analisar se a empresa atua ou não no mercado internacional. Caso atue, apontar as formas de inserção da marca no exterior. Se negativo, destacar as vantagens de atuação no mercado exterior.
- ii) **DISTRIBUIÇÃO E TRADE MARKETING:** descrever os canais de distribuição utilizados pela organização e quais os benefícios deles na tomada de decisão de uma empresa.
- iii) **DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:** apresentar o (s) projeto (s) de sustentabilidade desenvolvidos pela organização. Caso não possua, descrever, de forma sucinta, a importância de projetos ambientais e sociais para a imagem empresarial.
- iv) **ESTRATÉGIA COMPETITIVA:** como a organização aplica a estratégia competitiva com foco na ampliação dos negócios. Descreva, com base na teoria dos jogos, quais as melhores formas de análise de mercado.
- v) **ESPECIALIZAÇÕES DO MARKETING:** verificar, entre os diferentes tipos de marketing, político, social, esportivo e cultural, a organização atua e de que forma.
- vi) **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:** será aplicado na segunda parte do trabalho.

A segunda parte do trabalho visa o desenvolvimento da capacidade de análise crítica, de estratégias e interpretação de cenários referentes ao crescimento do país, sua economia, políticas, infraestrutura, entre outros aspectos, identificando oportunidades e dificuldades existentes para expansão ou geração de novos negócios, baseando-se no tema PROCESSOS MIGRATÓRIOS.

“O termo migração corresponde à mobilidade espacial da população. Migrar é trocar de país, de Estado, Região ou até de domicílio. Esse processo ocorre desde o início da história da humanidade.

O ato de migrar faz do indivíduo um emigrante ou imigrante. Emigrante é a pessoa que deixa (sai) um lugar de origem com destino a outro lugar. O imigrante é o indivíduo que chega (entra) em um determinado lugar para nele viver.

Os fluxos migratórios podem ser desencadeados por diversos fatores. Dentre os principais fatores que impulsionam as migrações podem ser citados os econômicos, políticos e culturais”.

Fontes: <<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/migracao.htm>> Acesso em 08 de ago 2018

<<https://www.estudopratico.com.br/movimentos-migratorios-no-brasil/>> Acesso em 08 de ago 2018

Assim, o discente deverá realizar pesquisas tanto primária quanto secundária, através de autores e de órgãos oficiais (IBGE, Legislação entre outros), cujo objetivo é apresentar uma análise crítica sobre os fatos apurados e qual o impacto destes para o Marketing no cenário nacional.

Os discentes de um mesmo grupo poderão escolher uma região específica do país ou um setor específico da economia com o objetivo de fundamentar a realidade da pesquisa, destacando a diversidade de situações e riqueza de informações.

Quanto à escrita, o projeto deverá seguir os padrões de formatação preconizados pelas normas ABNT, disponíveis no site <http://www.unip.br/servicos/biblioteca/guia.aspx>.

Acesso em 04 de agosto de 2018.

Estrutura para desenvolvimento do Trabalho

- 1. Capa (Padrão)**
- 2. Folha de rosto**
- 3. Resumo**
- 4. Introdução**
- 5. Análise das disciplinas**
 - 5.1- Aplicação teórico-prática**
 - 5.2 – Análise de cenários**
- 6. Conclusão**
- 7. Referências**