PROJETO INTEGRADO 4º SEMESTRE CURSO MARKETING

Autor(res)

Nei Mendes Brisotti
Giovana Da Silva Nascimento
Ana Carolina Guimarães Da Silva
Victor Eiji Umezaki Kinjo
Felipe Momi De Name Camargo
Gustavo Neri Oliva
Bianca Oliveira Dos Santos

Categoria do Trabalho

1

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO

Resumo

Neste trabalho desenvolvemos um plano de marketing de forma que aumentem as vendas da empresa Penalty, que é uma marca de artigos esportivos brasileira criada em 1970 na cidade de São Paulo, e que pertence à empresa Cambuci.
Atuando em diversas modalidades esportivas, a Penalty fabrica desde calçados, confecções, bolas e acessórios esportivos para esporte coletivo como futebol, vôlei, basquete, handball e futsal, contudo seu foco de atuação é em footsports.

Nosso objetivo é fazer com que a marca cresça e seja reconhecida cada vez mais, planejamos investir em muitas plataformas de divulgação para conseguir um reconhecimento nacional/internacional. Nossas roupas Dry Fit, será um diferencial no mercado, nossos produtos serão de extrema qualidade, queremos que o consumidor não tenha dúvida do que é bom quando o assunto for a marca Penalty.

As estratégias de marketing são o planejamento de todas as ações que serão utilizadas para divulgar a Penalty e consequentemente, atrair mais clientes. Esse planejamento será acompanhado constantemente para termos certeza de que os resultados esperados para cada uma das ações previstas estão sendo realmente efetivos.