

# MARKETING

## O QUE FAZ

O profissional de *marketing* é, essencialmente, um administrador de negócios especializado em aumentar as vendas. Ele detecta e aproveita as oportunidades de mercado, atrai o consumidor e atende às necessidades do cliente. Também delinea e executa estratégias para conquistar do público lealdade a uma determinada marca, bem como construir e manter a boa imagem do produto.

## PERFIL DO PROFISSIONAL

O profissional deve ter bastante curiosidade, saber se comunicar bem, desenvolver familiaridade com números, ter domínio em, pelo menos, um segundo idioma e entender de redes sociais.

## CURSO

O currículo do **bacharelado** engloba as principais áreas do Marketing – direto, industrial, corporativo, de varejo e de serviços – com disciplinas referentes à Gestão de negócios, de preços e custos. Traz também matérias como Sociologia, Economia, Psicologia e estatística. Com elas, o aluno toma conhecimento de aspectos socioeconômicos relevantes para traçar estratégias, compreende o que se passa na cabeça do consumidor e é capaz de analisar pesquisas de mercado. A apresentação de *cases* (casos de ações e planejamentos reais) faz parte do dia a dia escolar. Trabalho de conclusão de curso e estágio são exigências de algumas instituições.

Duração média: 4 anos.

O currículo dos **tecnológicos** é voltado para a prática profissional. O aluno estuda estratégias de *marketing*, comportamento do consumidor, *branding* e pesquisa de mercado. Alguns cursos são mais dirigidos para um segmento específico, como Marketing Digital ou Varejo. Por isso, atenção na hora de se definir por esta ou aquela escola. No geral, as faculdades exigem trabalho de conclusão de curso.

Duração média: 2 anos.

## ÁREAS DE ATUAÇÃO

**Comunicação corporativa:** Realizar ações e produzir material de comunicação voltados para o público interno da empresa.

**Consultoria:** Prestar assessoria a empresas para promover o lançamento de produtos.

**Desenvolvimento de produto:** Identificar as necessidades dos consumidores e convertê-las em ofertas, produtos ou serviços que os satisfaçam. Renovar um produto já existente no mercado.

**Gerência de produto:** Planejar as estratégias de venda de um produto desde que é lançado até sua chegada ao mercado.

**Merchandising:** Planejar a inserção publicitária dentro do conteúdo de veículos de comunicação.

**Pesquisa:** Obter dados, como renda, escolaridade e hábitos de consumo, que possibilitem conhecer o mercado antes do lançamento de um produto. Avaliar o impacto da chegada desse produto ao consumidor.

**Planejamento estratégico:** Coletar, analisar e interpretar dados do mercado para que possam ser estabelecidas estratégias (plano de *marketing*).

**Marketing promocional:** Promover operações de *marketing* em pontos de venda e planejar promoções de modo geral. Organizar eventos promocionais.

**Marketing cultural:** Posicionar no mercado e promover o trabalho de um artista, um espetáculo ou programas culturais de instituições e órgãos públicos.

## FIQUE DE OLHO

O apelo das mídias sociais fez com que muitas empresas passassem a usar essa ferramenta para promover produtos e conquistar mercado. Com isso, aumentou a procura por especialistas em Marketing Digital, área que engloba os mecanismos para divulgar e promover, na Internet, marcas, produtos e serviços a públicos específicos.