



Título: Sorvetes Skimoni<sup>1</sup>

Camila Gouvêia Martins<sup>2</sup>

Henrique Marques Furlan<sup>3</sup>

Maurício Lucas Oliveira<sup>4</sup>

Vinicius Rocha Barbosa<sup>5</sup>

Fabrizio Racaneli<sup>6</sup>

Centro Universitário Salesiano de São Paulo – Unisal - Americana

### Resumo:

O trabalho que aqui se apresenta é resultado do projeto experimental, trabalho de conclusão de curso do Unisal. Tem como objetivo proporcionar aos alunos a vivência prática da realização de uma campanha publicitária. A proposta era produzir uma campanha publicitária completa para um cliente real. Organizados em agências experimentais, os alunos foram responsáveis pela elaboração de um briefing, pesquisa, planejamento de campanha, de mídia de promoção de vendas e pelo desenvolvimento das peças gráficas e digitais. Para o cliente Skimoni a promoção foi a sugestão do grupo.

**Palavras-chave:** promoção, ponto de venda, produto “Sorvetes Skimoni”

## 1 INTRODUÇÃO

O trabalho apresentado foi solicitado como forma de avaliação final, projeto experimental, trabalho de conclusão do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Unisal.

Além de ser parte das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Comunicação Social em suas várias habilitações o Projeto Experimental é a oportunidade do aluno vivenciar, simular uma situação que seria vivida no mercado de trabalho. A proposta dada era a realização de uma campanha publicitária completa, para um cliente real.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Promocional

<sup>2</sup> Recém graduada do curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: [kmilagouveia@hotmail.com](mailto:kmilagouveia@hotmail.com)

<sup>3</sup> Aluno líder e recém graduado do curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: [henrique.furlan@gmail.com](mailto:henrique.furlan@gmail.com)

<sup>4</sup> Recém graduado do curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: [maus.oliver@hotmail.com](mailto:maus.oliver@hotmail.com)

<sup>5</sup> Recém graduado do curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: [viniciusrochabarbosa@yahoo.com.br](mailto:viniciusrochabarbosa@yahoo.com.br)

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: [fabrizioracaneli@yahoo.com.br](mailto:fabrizioracaneli@yahoo.com.br)



A sorvetes Skimoni é uma empresa situada em Americana estado de São Paulo que tem grandes perspectivas de crescimento.

Quando a prospecção se iniciou os alunos optaram por este cliente pelas possibilidades de se aplicar os conteúdos e práticas desenvolvidas durante todo o curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Unisal. Além é claro da facilidade de comunicação com o cliente que sempre esteve disponível para oferecer informações e esclarecer dúvidas.

## **2 OBJETIVO**

Os objetivos para a realização deste trabalho foram:

- Proporcionar aos alunos a oportunidade de realização de um trabalho prático;
- Fazer com que refletissem sobre a produção publicitária através dos conteúdos ministrados em sala de aula e sua relação com o resultado visto profissionalmente no mercado de trabalho;
- Proporcionar aos alunos a oportunidade de colocar em prática suas próprias convicções a fim de que, através do processo de tentativa e erro, chegassem por fim a um resultado satisfatório, tornando a aprendizagem mais significativa;
- A oportunidade de os alunos ampliarem seus portfólios e para alguns deles a oportunidade de terem veiculada a campanha desenvolvida.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Os cursos de graduação precisam dar aos alunos condições para que estes tenham uma boa formação. No caso do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda a preocupação é em oferecer uma bagagem conceitual sólida, técnicas voltadas ao mercado de trabalho, mostrar a integração entre teoria e prática além de proporcionar uma formação humanística.

Desta maneira, o projeto experimental é a forma de avaliação que permite aos alunos colocarem em prática o que foi trabalhado no curso e, aos professores orientadores, a possibilidade de avaliar com mais propriedade o nível de qualidade que a produção dos



futuros publicitários apresenta e o domínio que apresentam das teorias e técnicas aprendidas durante o curso.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

As equipes são monitoradas por professores responsáveis pelas respectivas disciplinas que fazem parte da grade curricular do 8º. semestre, através de assessorias individuais aos grupos, denominados agências.

As etapas de trabalho consistem nas seguintes fases:

1. Conquista do cliente/empresa através da apresentação do *portfólio* do grupo e apresentação dos objetivos acadêmicos do projeto;
2. Processos burocráticos > carta de aceite do cliente com autorização de uso da marca da empresa/produto;
3. Captação do *Briefing* ;
4. Planejamento de Campanha/Mercadológico;
5. Planejamento e Desenvolvimento de Pesquisa;
6. Planejamento e desenvolvimento de Criação;
7. Planejamento de Mídia e Promoção;
8. Desenvolvimento e produção para RTVC e mídias digitais
9. Ética e Legislação – obedecendo as exigências da disciplina;
10. Apresentação para a Banca Interna (Qualificação) composta por professores orientadores;
11. Apresentação para a Banca Externa aberta a convidados;



## 12. Desenvolvimento do Artigo Científico.

### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Primeiramente realizou-se a coleta de informações da empresa para o briefing. A partir dos dados coletados foi elaborado um planejamento de campanha e as peças.

O objetivo da campanha era divulgar as 3 novas linhas de sorvetes, que eram produtos diferenciados no mercado. A linha era composta pelos produtos Zero de sorvetes sem açúcar, Sorbet feitos sem lactose e a linha Premium, mais refinada.

O foco principal da campanha era a promoção e o ponto-de-venda, portanto foram criadas peças específicas para o local, como banners, cartazes, adesivos de freezer, móveis.

A criação respeitou as exigências de cada produto seja mostrar que é um produto light ou que é específico para quem tem intolerância à lactose ou demonstrar sofisticação principalmente através das imagens.





## **6 CONSIDERAÇÕES**

O trabalho realizado apresentou um bom nível de qualidade desde a sua concepção ainda como ideia, na produção e também na organização do grupo para a realização do mesmo.

Desta forma o grupo demonstrou ser possível obter bons resultados mesmo sem contar com uma grande verba ou equipamentos sofisticados.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

<http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf>