



DIVERSIDADE E
INCLUSÃO

5 P's do Marketing



VIRTUABRASIL

5 PS

DO MARKETING

PRODUTO

PREÇO

PRAÇA

PROMOÇÃO

PROCESSO

Você já se perguntou como algumas empresas fazem para se destacar no mercado?

Como elas conseguem atrair e fidelizar tantos clientes?

Por que alguns produtos são recorde de vendas enquanto outros nem sequer saem da prateleira?

O marketing pode ser definido como a **arte de conquistar e fidelizar clientes**. Ele abrange conceitos, estratégias e metodologias que auxiliam a sua marca a se posicionar no mercado, a conquistar melhor o público-alvo, a gerar valor para os consumidores e, conseqüentemente, aumentar o lucro.

Dominar o marketing significa ter um poder maior sobre o segmento no qual o seu empreendimento está inserido. Desse modo, saber do que se trata os 5Ps do Marketing e para que servem se torna um diferencial para a sua empresa..

5 P's MARKETING

- *O que é um Mapa Mental?*
- *Marketing*
- *Conceitos*
- *Importância*
- *Fatores Internos e Externos*
- *Elementos*
 - *Produto*
 - *Preço*
 - *Praça*
 - *Promoção*
 - *Pessoas*
- *Conclusão*
- *Proposta de atividade*
- *Videos referencias*
- *Referencias*

Marketing é um conjunto de atividades e estratégias que uma empresa utiliza para promover e vender seus produtos ou serviços. Envolve a identificação e compreensão das necessidades e desejos do público-alvo, o desenvolvimento de produtos ou serviços que atendam a essas necessidades, a definição de estratégias de comunicação e distribuição, e a criação de valor para os clientes.

O marketing abrange uma ampla gama de atividades, incluindo pesquisa de mercado, publicidade, promoção de vendas, relações públicas, branding, gestão de mídia social, entre outros. O objetivo principal do marketing é criar um relacionamento positivo entre a empresa e seus clientes, o que leva à satisfação do cliente, fidelização e, conseqüentemente, ao sucesso do negócio

Por volta de 1950 foi popularizado por Neil Borden o conceito dos 4 P's do marketing, conhecidos também como mix de marketing. Anos depois difundido mundialmente pelo autor Philip Kotler.

Ficaram conhecidos como Mix de Marketing ou Composto de Marketing, os 4 Ps são pilares que estruturavam as estratégias de marketing a fim de garantir o crescimento exponencial das empresas. Outros modelos, com mais "Ps", foram criados posteriormente, mas os 4 P's formam o método essencial e como eles impactam nos negócios. Já os 5 P's vieram de acordo com a evolução da tecnologia, se referindo à alguns pilares básicos desta ciência, sendo eles o **Preço, Praça, Promoção, Produto e Pessoas**

MARKETING



O **marketing** pode ser definido como a **arte de conquistar e fidelizar clientes**. Ele abrange conceitos, estratégias e metodologias que auxiliam a sua marca a se posicionar no mercado, a conquistar melhor o público-alvo, a gerar valor para os consumidores e, conseqüentemente, aumentar o lucro.

Dominar o marketing significa ter um poder maior sobre o segmento no qual o seu empreendimento está inserido. Desse modo, saber do que se trata os 5Ps do Marketing e para que servem se torna um diferencial para a sua empresa.

O marketing desempenha um papel fundamental nas empresas, independentemente do seu tamanho, setor ou localização geográfica.

Agora eu te pergunto: como é e como funciona o marketing da sua empresa?

MARKETING



CONCEITOS



O propósito do marketing é fazer com que os consumidores conheçam uma marca e se interessem por ela, criando uma relação de consumo. Como já vimos no começo da aula, o quinto item adicionado, conforme os estudos foram revistos e ampliados, é o P de Pessoas.

Nada mais justo, tendo em vista que hoje em dia, o consumidor está cada vez mais exigente e segmentado. Nesse sentido, a empresa que não fizer uma estratégia de marketing pensando em qual público atingir, com certeza ficará atrás da concorrência.

Agora, vamos conhecer cada um dos 5ps do Marketing, para que você saia desse texto pronto para sustentá-los de forma definidora na sua estratégia!

CONCEITOS



Os "5 Ps" do marketing representam os elementos fundamentais que uma empresa precisa considerar ao desenvolver e implementar estratégias de marketing eficazes. Cada "P" corresponde a uma área específica que influencia a forma como um produto ou serviço é concebido, promovido, distribuído e vendido.

A definição de cada um dos 5 P's é: **produto, preço, praça e promoção e pessoa**. É por meio do uso desses pilares que a empresa vai divulgar, vender e fortalecer a sua marca.

Ao considerar esses "5 Ps" de maneira integrada, as empresas podem desenvolver estratégias de marketing abrangentes que atendam às necessidades dos clientes, aumentem a eficácia da comunicação, otimizem a distribuição e, em última análise, impulsionem o sucesso do negócio.

IMPORTANCIA

Construção de Consciência de Marca:

O marketing ajuda a construir e aumentar o reconhecimento da marca, tornando-a mais visível para os clientes em potencial. Quanto mais as pessoas conhecem uma marca, mais propensas estão a considerá-la ao fazer uma compra.

Atração e Retenção de Clientes:

As estratégias de marketing são projetadas para atrair novos clientes e manter os existentes. Ao comunicar os benefícios e o valor de um produto ou serviço, o marketing influencia as decisões de compra dos consumidores.

Diferenciação no Mercado:

O marketing ajuda as empresas a destacarem-se da concorrência, destacando os benefícios exclusivos e os pontos fortes dos seus produtos ou serviços. Isso permite que as empresas se posicionem de forma única no mercado.

A importância dos 5 P's marketing é fundamental para o sucesso de qualquer empresa, independentemente do seu tamanho ou setor. Aqui estão algumas razões pelas quais o marketing é tão crucial:

Entendimento do Mercado e do Público-Alvo:

As atividades de marketing, como pesquisa de mercado e análise de dados, fornecem insights valiosos sobre as necessidades, desejos e comportamentos dos clientes. Esse conhecimento ajuda as empresas a adaptarem seus produtos, serviços e estratégias de marketing para atender melhor às demandas do mercado.

Geração de Receita e Lucro:

O marketing eficaz leva a um aumento nas vendas e na receita, contribuindo para o crescimento e a sustentabilidade financeira da empresa. Além disso, ao criar valor percebido pelos clientes, o marketing pode permitir que as empresas cobrem preços mais altos e alcancem margens de lucro maiores.

Criação de Relacionamentos Duradouros:

O marketing não se trata apenas de vender produtos ou serviços, mas também de construir relacionamentos duradouros com os clientes. Através de estratégias de engajamento e fidelização, as empresas podem cultivar lealdade à marca e transformar clientes satisfeitos em defensores da marca.

IMPORTANCIA

Em resumo, o marketing desempenha um papel essencial na identificação, criação e entrega de valor para os clientes, ao mesmo tempo em que impulsiona o crescimento e o sucesso das empresas.

Existem alguns fatores internos e externos que influenciam no Mix de Marketing. É preciso considerá-los na hora de montar sua estratégia. **Esses fatores são:**

Internos

Fatores que se encontram **dentro da organização** e estão relacionados à atmosfera interna da empresa. Esses são alguns exemplos:

- ***Os objetivos da marca;***
- ***A natureza dos produtos;***
- ***O ciclo de vida dos produtos;***
- ***Recursos disponíveis.***

Externos

Aqueles que se encontram **fora da organização**, ou seja, são muitas vezes sociais, culturais e políticos. Alguns deles são:

- ***O nível de competição do nicho;***
- ***O comportamento do consumidor;***
- ***A eficiência dos canais de comunicação;***
- ***O controle do governo.***

ELEMENTOS

5 P's



Product



Price



Promotion



Place



People

Vamos entender cada um desses elementos e o suas importâncias para nossas empresas;

PRODUTO

O elemento fundamental dos 5 Ps do marketing é o **produto**. Afinal, ele é o agente que move uma empresa, sem ele, é impossível vender e divulgar. E ele não se refere somente a um produto tangível, mas também a serviços, ideias e características da identidade de marca de uma empresa.

Refere-se ao próprio bem ou serviço que a empresa oferece aos clientes. Isso inclui não apenas o produto físico, mas também seus atributos, design, qualidade, embalagem e características únicas que o diferenciam da concorrência, sendo necessário entender que um **mix de produtos** é um conjunto de produtos e serviços oferecidos por uma organização.

A definição de produto pode variar dependendo do contexto, mas em um sentido geral, um produto é qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo, e que pode satisfazer uma necessidade ou desejo. Aqui está uma definição mais detalhada:

Um produto pode ser tangível, como um bem físico, ou intangível, como um serviço ou uma ideia. Ele pode incluir não apenas o item físico em si, mas também seus atributos, design, embalagem, marca e até mesmo o suporte pós-venda associado a ele.

O produto também pode ser dividido em várias categorias, como produtos de consumo, produtos industriais, produtos de conveniência, produtos especializados, entre outros, dependendo do mercado-alvo e do uso final.

Além disso, o conceito de produto pode ser estendido para incluir não apenas os itens físicos ou intangíveis em si, mas também a experiência total do cliente associada a esse produto, desde a conscientização e consideração até a compra, uso e suporte pós-venda. Em essência, o produto é uma oferta que visa satisfazer uma necessidade ou desejo do cliente e pode assumir várias formas e tipos, dependendo do mercado, da indústria e das preferências dos consumidores.

PRODUTO

Esse estudo deve passar por algumas etapas, sendo elas as seguintes dúvidas abaixo:

- Qual o nome e a marca do produto?
- Existe alguma categoria para ele?
- Meu cliente pode escolher entre cores e modelos específicos?
- Qual a aparência do meu produto?
- Como esse produto irá atender as necessidades do consumidor?
- Como ele será utilizado pelo meu cliente?
- Qual o diferencial do meu produto?

Analisando e respondendo cada uma dessas questões, você estará entendendo cada vez mais aquilo que é oferecido pela sua empresa e o que pode ser feito para conquistar ainda mais os seus clientes.

Após todo estudo devemos chegar as características do seu produto e o que ele irá propagar a seu cliente. Seguindo os seguintes questionamentos:

- É um produto físico ou digital?
- Qual seu formato, estilo, tamanho e cor?
- Qual o objetivo do produto?
- Qual problema ele promete resolver?
- A quem o produto se destina?
- Como e quando o cliente poderá usá-lo?
- O diferencial competitivo do produto em relação aos concorrentes?
- Qual o nome do produto e como ele se relaciona com a marca?



PREÇO

A definição de preço refere-se ao valor monetário atribuído a um produto ou serviço que está sendo oferecido no mercado. Em um sentido mais amplo, o preço representa o custo que os consumidores devem pagar para adquirir um produto ou serviço específico. Aqui está uma explicação mais detalhada:

Valor Monetário: O preço é expresso em termos de moeda e representa o montante que os consumidores devem desembolsar para comprar um produto ou serviço. Esse valor pode ser fixo ou variável, dependendo de vários fatores, como oferta e demanda, concorrência, custos de produção, entre outros.

Determinação do Valor: A definição do preço de um produto ou serviço geralmente envolve uma análise cuidadosa dos custos envolvidos na produção ou prestação do serviço, bem como uma compreensão do valor percebido pelos consumidores. O preço ideal é aquele que maximiza a receita e a lucratividade da empresa, ao mesmo tempo em que é percebido como justo e razoável pelos clientes.

Estratégias de Preços: Existem várias estratégias de preços que uma empresa pode adotar, incluindo precificação de valor, precificação baseada em custos, precificação de penetração, precificação de prestígio, entre outras. Cada estratégia tem suas vantagens e desvantagens e é escolhida com base em fatores como o mercado-alvo, a concorrência e os objetivos de marketing da empresa.

Flexibilidade de Preços: Os preços podem ser estáticos ou dinâmicos, dependendo das necessidades da empresa e das condições do mercado. Por exemplo, os preços podem ser ajustados sazonalmente, em resposta à demanda do consumidor, ou como parte de estratégias promocionais temporárias.

Percepção de Valor: O preço não é apenas uma questão de custo, mas também de valor percebido pelo cliente. Os consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos ou serviços que oferecem benefícios adicionais ou uma experiência superior. Portanto, é importante que as empresas comuniquem de forma eficaz o valor de seus produtos ou serviços para justificar o preço cobrado.

Em resumo, a definição de preço é uma parte crucial da estratégia de marketing de uma empresa, pois influencia diretamente a demanda do consumidor, a rentabilidade e a posição competitiva no mercado.

PREÇO

Dentro do marketing o preço tem suas importâncias e conceitos: É a receita da empresa que será seu próprio sustento. As necessidades da empresa incluem pagar as suas próprias despesas, os colaboradores e fornecedores, além de obter uma margem de lucro. Já o valor agregado ao cliente corresponde a quanto o consumidor está disposto a pagar pela solução oferecida para o problema identificado. Naturalmente, isso também envolve o estudo dos preços praticados pela concorrência e a definição de diferentes formas de pagamento.

Para definir o preço do seu produto, é preciso entender de estratégia.

Primeiramente, seu cliente deve estar disposto a pagar esse valor, caso contrário, a empresa não conseguirá lucrar. Além disso, o valor está diretamente ligado à **qualidade e ao custo-benefício**.

Portanto, se você quer vender a um preço alto, seu público deve enxergar benefícios que compensam seu investimento.

Fatores que você deve levar em conta para definir o preço:

- **Métodos de precificação e estratégias;**
- **Descontos;**
- **Período de pagamento;**
- **Política de crédito.**



PRAÇA

No contexto do marketing, o conceito de "praça" refere-se aos canais de distribuição utilizados para disponibilizar o produto ou serviço aos clientes finais. Também conhecido como "Place" em inglês, esse elemento do composto de marketing (os 4 Ps) se concentra em garantir que o produto ou serviço esteja acessível e disponível para o público-alvo no momento e local certos. Aqui está uma explicação mais detalhada:

Canais de Distribuição: Os canais de distribuição representam os caminhos pelos quais o produto ou serviço viaja desde o produtor até o consumidor final. Isso pode incluir distribuição direta (vendas feitas diretamente pelo produtor ao consumidor) ou distribuição indireta (através de intermediários como varejistas, atacadistas, distribuidores, etc.).

Seleção de Canais: A escolha dos canais de distribuição adequados é crucial para atingir efetivamente o público-alvo. Isso envolve considerações sobre a natureza do produto ou serviço, as preferências do cliente, a cobertura geográfica desejada e a eficiência logística.

Localização: A localização dos pontos de venda é um aspecto importante da estratégia de praça. Isso pode incluir a seleção de locais físicos estratégicos, como lojas de varejo, quiosques, sites de comércio eletrônico, entre outros, que estejam convenientemente localizados para os consumidores.

Logística: A logística desempenha um papel fundamental na gestão eficiente dos canais de distribuição, incluindo atividades como armazenamento, transporte, gestão de estoques e processamento de pedidos. O objetivo é garantir que o produto ou serviço chegue ao cliente final de forma oportuna e eficiente.

Disponibilidade e Acesso: A praça também se concentra em garantir que o produto ou serviço esteja disponível quando e onde os consumidores desejam. Isso pode envolver estratégias de expansão de mercado, parcerias com revendedores ou a implementação de canais de distribuição online.

PRAÇA

Elementos que formam um bom mix de distribuição:

- **Canais de distribuição e pontos de venda;**
- **Armazenamento;**
- **Manuseio dos produtos;**
- **Transporte;**
- **Controle do inventário;**
- **Processamento de pedidos.**

Em resumo, o conceito de praça no marketing se refere à gestão dos canais de distribuição para garantir que o produto ou serviço esteja acessível aos clientes finais de maneira conveniente e eficiente. Uma estratégia eficaz de praça é essencial para alcançar o sucesso no mercado, garantindo que o produto ou serviço chegue ao público-alvo no momento e local certos.



PROMOÇÃO

A promoção, no contexto do marketing, refere-se às atividades de comunicação e marketing que uma empresa utiliza para informar, persuadir e influenciar os consumidores a adquirirem seus produtos ou serviços. Ela faz parte do composto de marketing conhecido como os "4 Ps" (Produto, Preço, Praça e Promoção) e desempenha um papel crucial na criação de conscientização de marca, geração de demanda e construção de relacionamentos com os clientes. Aqui está uma explicação mais detalhada:

Publicidade: A promoção inclui a publicidade, que é o uso de mídia paga, como anúncios de televisão, rádio, jornais, revistas, outdoors, internet e mídias sociais, para alcançar e persuadir um público-alvo específico sobre os benefícios do produto ou serviço.

Promoção de Vendas: Envolve atividades temporárias destinadas a incentivar a compra imediata do produto ou serviço, como descontos, cupons, brindes, concursos, promoções sazonais e ofertas especiais.

Relações Públicas (PR): A promoção também engloba relações públicas, que são atividades destinadas a criar uma imagem positiva da empresa, gerenciar a percepção pública e cultivar relacionamentos com a imprensa, influenciadores, comunidade e outros stakeholders.

Marketing Direto: Isso inclui todas as formas de comunicação direta com os clientes, como mala direta, e-mail marketing, telemarketing, mensagens de texto (SMS), marketing de banco de dados e marketing de resposta direta.

PROMOÇÃO

Marketing de Conteúdo: Esta é uma forma de promoção que envolve a criação e distribuição de conteúdo valioso e relevante para atrair, envolver e reter um público-alvo específico. Exemplos incluem blogs, vídeos, podcasts, infográficos, e-books e outros tipos de conteúdo.

Marketing de Influência: Envolve o uso de influenciadores digitais, celebridades e líderes de opinião para promover produtos ou serviços por meio de recomendações autênticas e conteúdo patrocinado em plataformas de mídia social.

Marketing de Eventos: Isso inclui a organização ou patrocínio de eventos, feiras comerciais, seminários, workshops e outras atividades presenciais ou virtuais para promover produtos ou serviços e interagir com clientes em potencial.

No geral, a promoção é uma parte essencial da estratégia de marketing de uma empresa, pois ajuda a criar conscientização de marca, gerar demanda, aumentar as vendas e construir relacionamentos duradouros com os clientes. É importante que as empresas integrem diferentes elementos de promoção de forma coesa e coordenada para alcançar os melhores resultados.

A promoção não está relacionada a ofertas e liquidações, mas sim ao ato de **promover uma marca ou produto**.

Ela tem o objetivo de persuadir o consumidor a realizar uma compra.



PROMOÇÃO

E como fazer isso? Simples: propagando uma mensagem através de uma linguagem que atinja seu público-alvo com eficiência. E é aí que entram as diversas estratégias de marketing: o **marketing digital**, o **outbound marketing**, o **inbound marketing**, dentre outras.

Os principais elementos de um bom mix de promoção são:

- **Publicidade e propaganda;**
- **Relações públicas;**
- **Outbound marketing;**
- **Inbound marketing: redes sociais, blogs, email marketing, etc;**
- **Promoção de vendas.**



PROMOÇÃO

Marketing Digital

O marketing digital é um termo amplo para todas as suas ações de marketing online. As empresas utilizam canais digitais como a pesquisa do Google, as redes sociais, o e-mail marketing e seus sites para se conectar com seus clientes atuais e potenciais.

Outbound marketing

O outbound marketing muitas vezes é chamado de marketing tradicional, pois muitos de seus canais são utilizados há muitos anos, como outdoors, telemarketing, anúncios em grandes mídias. A ideia do outbound marketing é continuar atraindo clientes com os modelos similares aos que sempre existiram, como por exemplo as propagandas em televisão e rádio.

Inbound marketing

Inbound marketing é a estratégia de mercado que se volta para o ambiente da internet, das redes sociais. O inbound marketing foi criado para suprir as necessidades dos clientes online: atingindo os consumidores mesmo com as mudanças de comportamento e hábitos de consumo criados pela tecnologia.

O inbound marketing, também chamado de marketing de permissão, possui a ideia de fazer com que o cliente venha até a marca. E de que forma? Através da relevância da marca na internet: apostar nas publicações em sites e blogs, realizar ações nas redes sociais, e outras formas de exibição como e-books, newsletters, videoconferências, podcasts, entre diversos outros.



PESSOAS

O quinto e último P refere-se às pessoas envolvidas no processo. É preciso conhecer muito bem o público-alvo da marca, preferencialmente construindo personas que orientem a tomada de ações estratégicas. Além disso, os próprios **funcionários da empresa precisam ser muito bem treinados** e capacitados para exercer as suas atividades.

Por fim, o conceito de pessoas em âmbito corporativo também inclui: empresas parceiras, canais de comunicação, times de vendas, investidores, fornecedores de materiais, enfim, todos os envolvidos nas atividades.

Os 5 Ps do marketing são importantes para que a organização possa compreender o seu cliente e oferecer a ele soluções sob medida para as suas necessidades. Além disso, eles garantem a prestação de serviços eficazes, com uma rede inteligente de distribuição e com uma comunicação clara e persuasiva. Assim, a empresa atrai e fideliza clientes, obtendo grandes lucros.

Portanto, saber definir e entender o seu público consumidor, bem como a equipe envolvida, é fundamental para a empresa. Algumas perguntas a serem feitas acerca de Pessoas são:

- **Quais são as dores que o público-alvo costuma ter?**
- **Quais expectativas os consumidores têm em relação ao que a sua empresa oferta?**
- **Quais as equipes envolvidas na criação, distribuição e divulgação do produto?**
- **As equipes envolvidas estão a par do conceito e da proposta do produto? O quanto cada uma delas contribui para o produto?**



PESSOAS

Pessoas também entram no contexto dos indivíduos envolvidos no processo de fornecimento e consumo de produtos ou serviços, tanto dentro da organização como fora dela. Também conhecido como "People" em inglês, este é um dos elementos dos 5 Ps do marketing.

Funcionários da Empresa: As pessoas dentro da organização desempenham um papel fundamental na execução das estratégias de marketing e na entrega de valor aos clientes. Isso inclui todos os funcionários, desde os departamentos de vendas, marketing, atendimento ao cliente, até a equipe de produção, distribuição e gerenciamento.

Atendimento ao Cliente: Os funcionários que lidam diretamente com os clientes desempenham um papel crucial na construção de relacionamentos positivos e na entrega de uma experiência excepcional ao cliente. O atendimento ao cliente de alta qualidade é essencial para garantir a satisfação do cliente e a fidelização à marca.

Parceiros de Negócios: Além dos funcionários da empresa, os parceiros de negócios, como fornecedores, distribuidores, revendedores e outras partes interessadas externas, também são considerados parte do elemento "Pessoas" do marketing. O sucesso da empresa muitas vezes depende da qualidade dos relacionamentos com esses parceiros.



PESSOAS

Cientes: Embora os clientes sejam tradicionalmente vistos como o público-alvo do marketing, eles também são considerados parte do elemento "Pessoas". Compreender as necessidades, desejos e comportamentos dos clientes é essencial para desenvolver estratégias de marketing eficazes e oferecer produtos ou serviços que atendam às suas expectativas

Comunidade e Sociedade: Finalmente, o conceito de "Pessoas" também pode se estender à comunidade e à sociedade em geral. Isso inclui considerações éticas e sociais nas atividades de marketing, bem como o impacto das iniciativas de responsabilidade social corporativa na percepção da marca pelos consumidores

Em resumo, o elemento "Pessoas" no marketing se refere a todos os indivíduos e partes interessadas envolvidos no processo de marketing, desde os funcionários da empresa até os clientes, parceiros de negócios e a comunidade em geral. Reconhecer a importância das pessoas e cultivar relacionamentos positivos com elas é essencial para o sucesso de uma estratégia de marketing.



Em conclusão, os "5 Ps" do marketing - Produto, Preço, Praça, Promoção e Pessoas - representam os elementos fundamentais que uma empresa precisa considerar ao desenvolver e implementar suas estratégias de marketing. Cada um desses Ps desempenha um papel crucial no sucesso geral da empresa e na criação de valor para os clientes.

Se sua empresa **alinhar e conectar bem os 5 Ps do marketing**, ela conseguirá direcionar todas as ações de forma bem sucedida. Portanto, quanto mais integrada for a sua estratégia, mais rápido você atingirá suas metas.

Em conjunto, os 5 Ps fornecem uma estrutura abrangente para o planejamento e execução de estratégias de marketing eficazes, permitindo que as empresas entendam as necessidades dos clientes, posicionem seus produtos ou serviços de forma competitiva, alcancem os consumidores de maneira eficiente e construam relacionamentos duradouros que impulsionem o sucesso a longo prazo.

Utilizar o Mix de Marketing no seu planejamento estratégico é de suma importância, pois ele **cria sinergia** entre as diversas áreas principais da sua empresa, guiando decisões e **fidelizando seus clientes** com mais facilidade

CONCLUSÃO

1 – Fazer duplas ou trios

2 – Selecionar um arco ocupacional (de preferencia sem repetir)

3 – Cada dupla ou trio criar uma empresa e apresentar dentro dela os 5 p's do marketing

4 – Apresentar as propostas

**PROPOSTA DE
ATIVIDADE**

Videos Referências

<https://www.youtube.com/watch?v=rTxPwy4mKKw>

https://www.youtube.com/watch?v=o34YQhY_E-A

<https://www.youtube.com/watch?v=icEXx6o4KfE>

Referências

<https://neilpatel.com/br/blog/5-ps-do-marketing/>

<https://blog.ploomes.com/5-ps-do-marketing/>

<https://blog.pix.com.br/5-ps-do-marketing/>

<https://econsult.org.br/blog/os-5ps-do-marketing-o-que-sao-e-para-que-servem/>

<https://www.idealmarketing.com.br/blog/5-ps-do-marketing/>

www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

