



A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE MARKETING

MARINA WILGES WEBER (PROBEX)

mwweber@mx2.unisc.br

ROGERIO LEANDRO LIMA DA SILVEIRA

rlrs@unisc.br

Este trabalho visa construir um Plano de Marketing para o Núcleo de Inovação e Transferência de Tecnologia (NITT), da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), cuja finalidade é divulgar, interna e externamente, as informações sobre as políticas de Propriedade Intelectual e transferência de tecnologia da Instituição. Com o objetivo de criar ferramentas para comunicação com a comunidade, fez-se necessário conhecer os pontos fortes e o que o NITT ainda tem a melhorar. Para isso, realizou-se uma pesquisa envolvendo Núcleos de outras instituições e estudantes do curso de Comunicação Social da Unisc, a fim de obter um comparativo com o NITT da Unisc e identificar os meios de comunicação mais utilizados e eficazes na divulgação de outros núcleos ou setores que atuam na gestão da propriedade intelectual. A pesquisa foi elaborada de duas maneiras: uma para os NITT's e outra para os acadêmicos da Comunicação Social, levando em consideração que os Núcleos responderão algumas questões mais específicas e os alunos, assuntos mais relacionados aos meios de comunicação utilizados em seu cotidiano. O NITT da Unisc foi criado em dezembro de 2006, com o intuito de instituir um ambiente específico e permanente que, além de disseminar a importância da Propriedade Intelectual, também passasse a gerenciar criações intelectuais desenvolvidas na Instituição e a realizar transferências de tecnologias, especialmente para o setor empresarial. A cultura da Propriedade Intelectual ainda não está bem difundida na Unisc, e é com este propósito de disseminar esta cultura de inovação que o NITT decidiu expandir sua imagem perante a comunidade, para que as pessoas tomem conhecimento acerca do assunto. Sabe-se que "marketing é o desempenho de atividades empresariais que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor para o consumidor ou usuário, a fim de satisfazer os consumidores e realizar os objetivos da empresa". Portanto, um plano de marketing não somente é importante para que haja uma estratégia de comunicação com seu público-alvo, como também tem a importância de aproximar o consumidor da empresa, de forma que posteriormente essa aproximação traga retornos financeiros para a mesma. No caso do NITT, o que será levado em conta é a imagem e o relacionamento do Núcleo com seu público-alvo. A comunicação é de alta relevância para o marketing, pois é através dela que se amplia a integração com o mercado. É preciso que haja uma boa comunicação entre empresa ou serviço e consumidores, para que estes saibam que o produto existe e que poderá satisfazer suas necessidades, fazendo com que passe a adquiri-lo. Não basta ter o melhor serviço se ninguém o conhece e saiba como ele irá satisfazer suas exigências. Em um plano de marketing, a função da comunicação está em buscar a proximidade com seu público através de mensagens dirigidas, despertando o desejo de curiosidade sobre o que está sendo exposto. A aplicação de questionários, ou seja, a obtenção de retorno é decisiva para um plano de marketing, pois com isso será possível manter o que está funcionando dentro do NITT e alterar ou excluir o que não está. Isso faz parte do planejamento do marketing, organização do que será feito mais a frente, para gerar o que é chamado de sinergia, ou seja, fazer com que tudo caminhe na mesma direção, com os mesmos objetivos e resultados.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS