

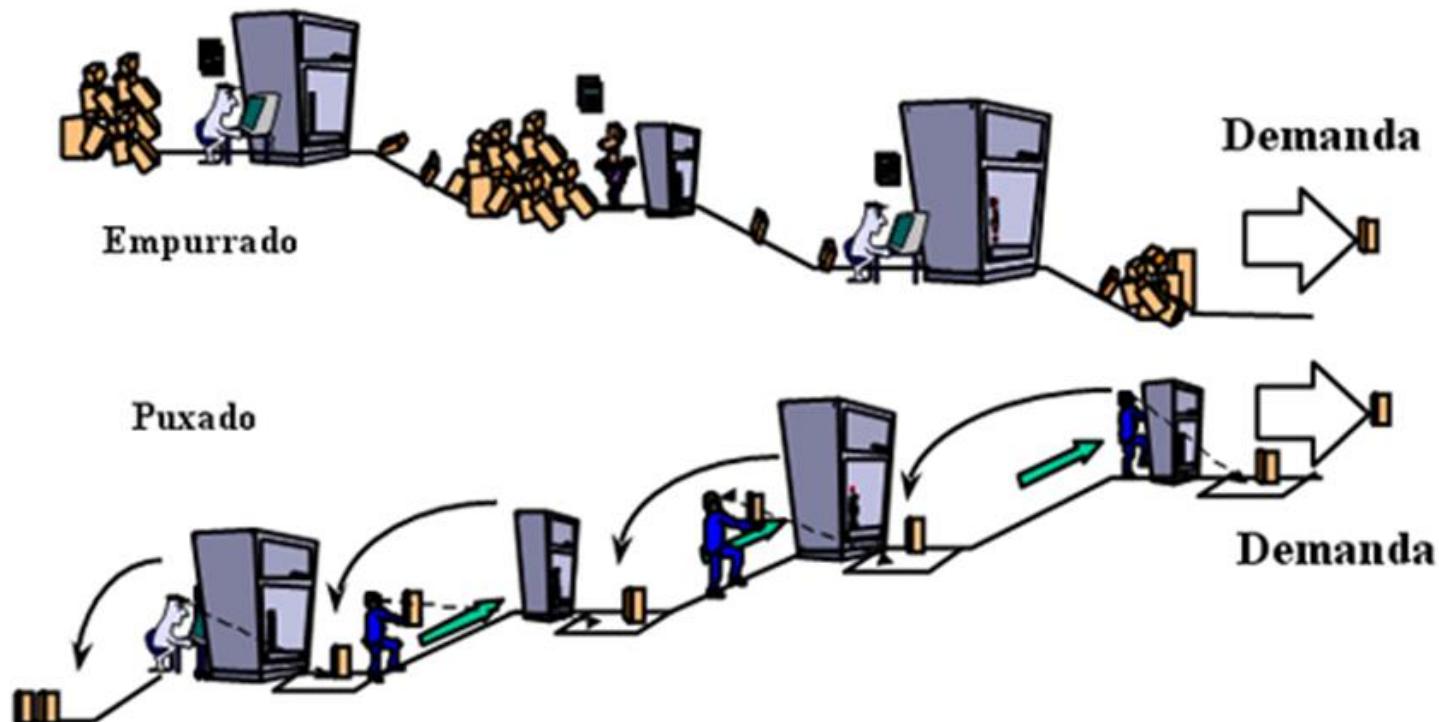
# Unidade 4: Áreas Funcionais da Administração

## Aula: Administração da produção (cont.) Administração de Marketing

Disciplina: ADM 100

Prof.ª Dr.ª Luana Ferreira dos Santos

## Estratégias da Produção



- **Estratégia empurrada:** “empurra” a produção ao longo do processo produtivo, da empresa para o mercado.
- **Estratégia puxada:** “puxa” a produção ao longo do processo produtivo, de acordo com a demanda.

# Estratégia empurrada

Condições para disparar a produção:

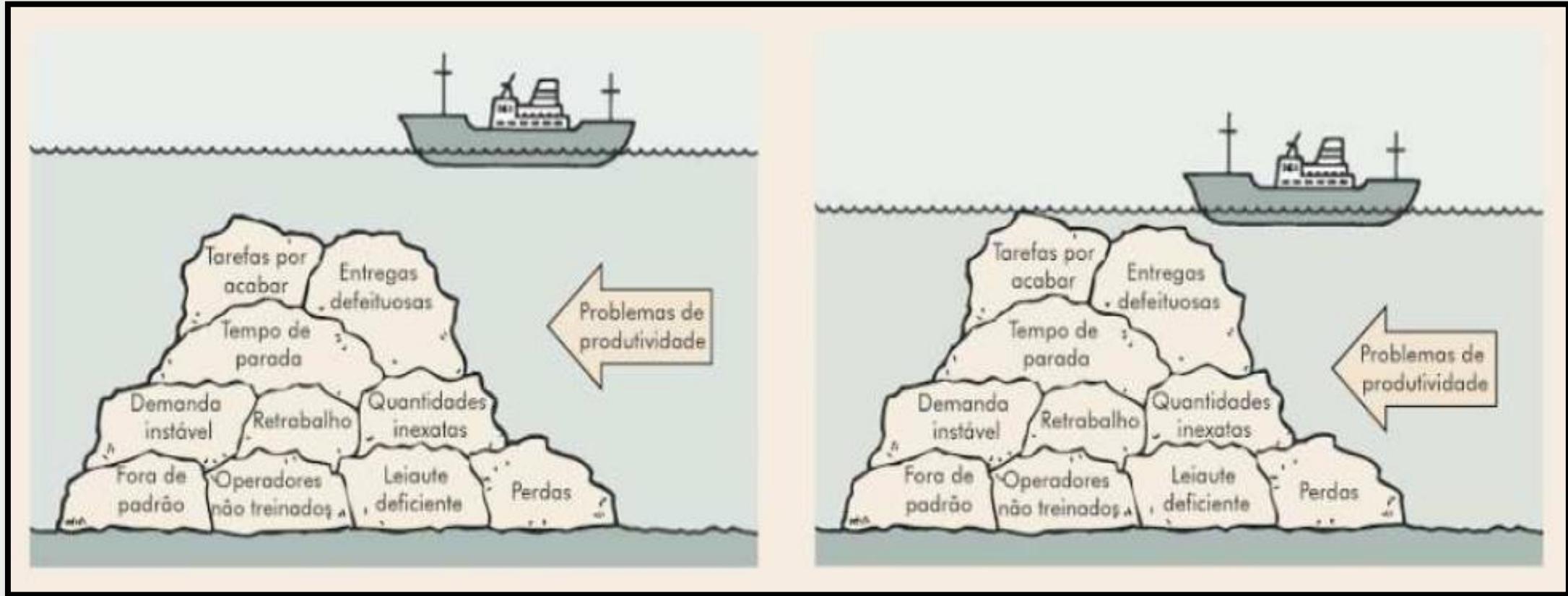
- Disponibilidade do material e componentes a processar;
- Disponibilidade dos recursos necessários;
- Existência de uma ordem de produção, gerada por um sistema centralizado, a partir de previsões da demanda.
- Estoques protegem o sistema produtivo.



# Administração de estoques

- A manutenção de estoques por parte das organizações atende a vários objetivos, dentre os quais se destacam:
  - melhorar o serviço ao cliente;
  - garantir o abastecimento contínuo das operações;
  - permitir que a organização se beneficie de descontos de quantidade;
  - proteger a organização contra incertezas na demanda e no tempo de entrega;
  - proteger a organização contra oscilações no preço decorrentes da inflação;
  - proteger a organização contra contingências como greves, incêndios, instabilidades políticas ou outras variáveis que comprometam seu abastecimento.





## Estratégia puxada

Atenção!

Estoques podem gerar altos custos e esconder problemas de produção.

# Estratégia puxada

Condições para disparar a produção:

- Demanda do cliente;
- Disponibilidade de equipamentos e materiais;
- Consumidor atuando como gatilho: as operações são realizadas somente quando o estágio seguinte solicitar.
- Menor utilização da capacidade: sem excesso de produção para a formação de estoques.



## *Just in time (JIT):*

- Sistema de produção que busca produzir bens e serviços exatamente no momento em que são necessários. Visa atender à demanda instantaneamente, com qualidade perfeita e sem desperdícios.
- O JIT se baseia em três elementos que se sobrepõem:
  - eliminação dos desperdícios em todas as suas formas;
  - participação de todos os funcionários no aprimoramento do processo;
  - concepção de que toda melhoria deve acontecer de forma contínua.



# O que é marketing?

Marketing é a **atividade**, conjunto de **instituições** e **processos** para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.

(AMERICAN MARKETING Association, 2013).

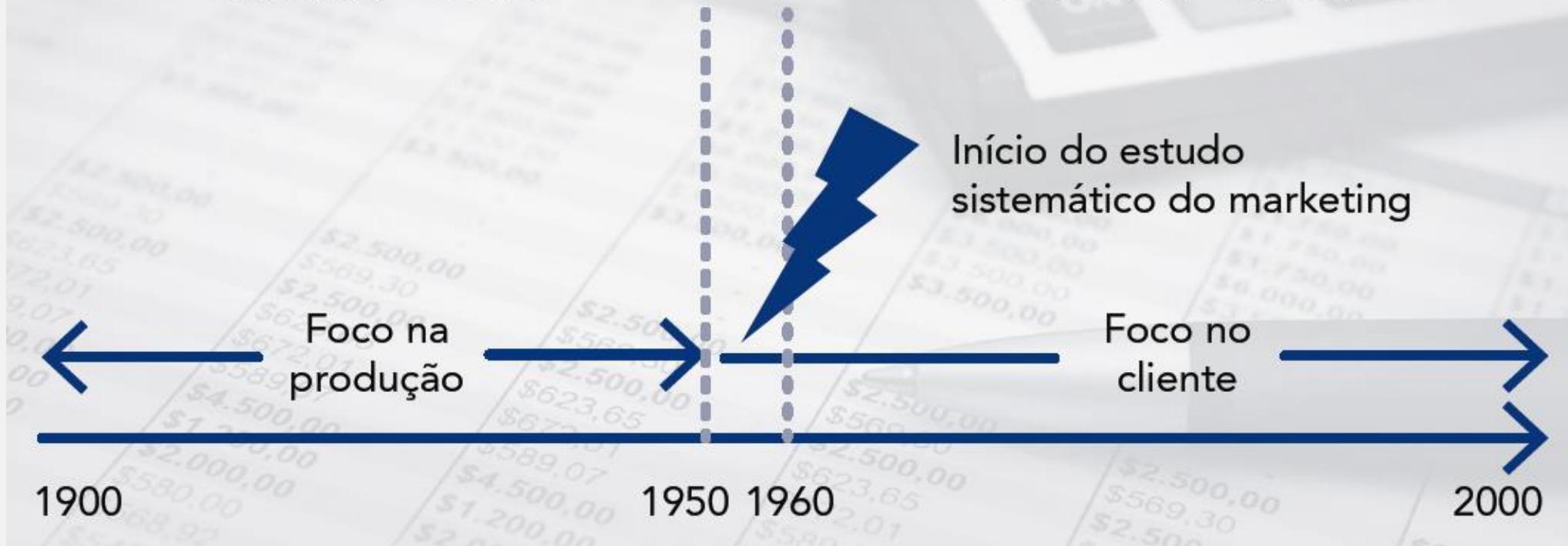


Era da produção e consumo em massa

Demanda > Oferta

Era da produção orientada para o mercado

Demanda < Oferta



Evolução do marketing



O marketing cria  
necessidades e se adapta às  
necessidades dos clientes.



The screenshot shows a product page for a老年手机 (Celular Para Idosos) DL YC110. The phone is black with a large yellow "DL" logo on the screen. The page includes a description, price information (R\$ 114,90), and delivery options. Navigation links for categories like Telefonia and Celulares are visible at the top.

DL  
Celular Para Idosos DL YC110 Dual Chip com Câmera, Rádio, Lanterna, Exclusiva Função SOS, Bateria de Longa Duração

★★★☆☆ 1 avaliação

Quantidade: 1

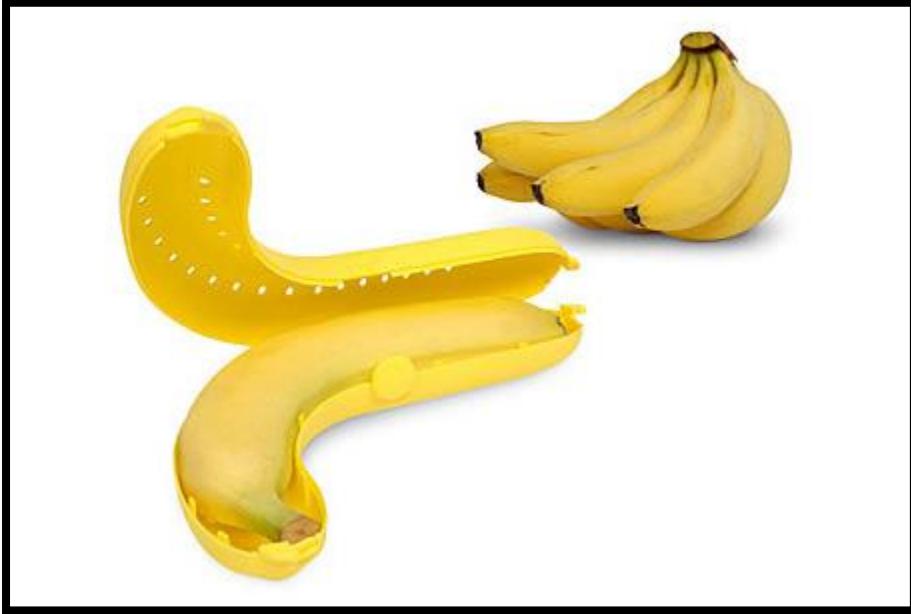
CEP: Calcular frete

Escolha uma loja:

- em estoque: Eletrum (selected)
- em estoque: MULTISOM

R\$ 179,00  
R\$ 114,90  
2x de R\$ 57,45 sem juros

R\$ 131,00  
R\$ 119,00  
à vista







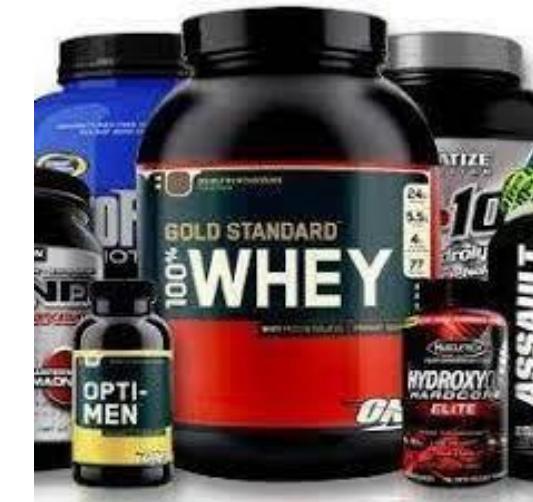
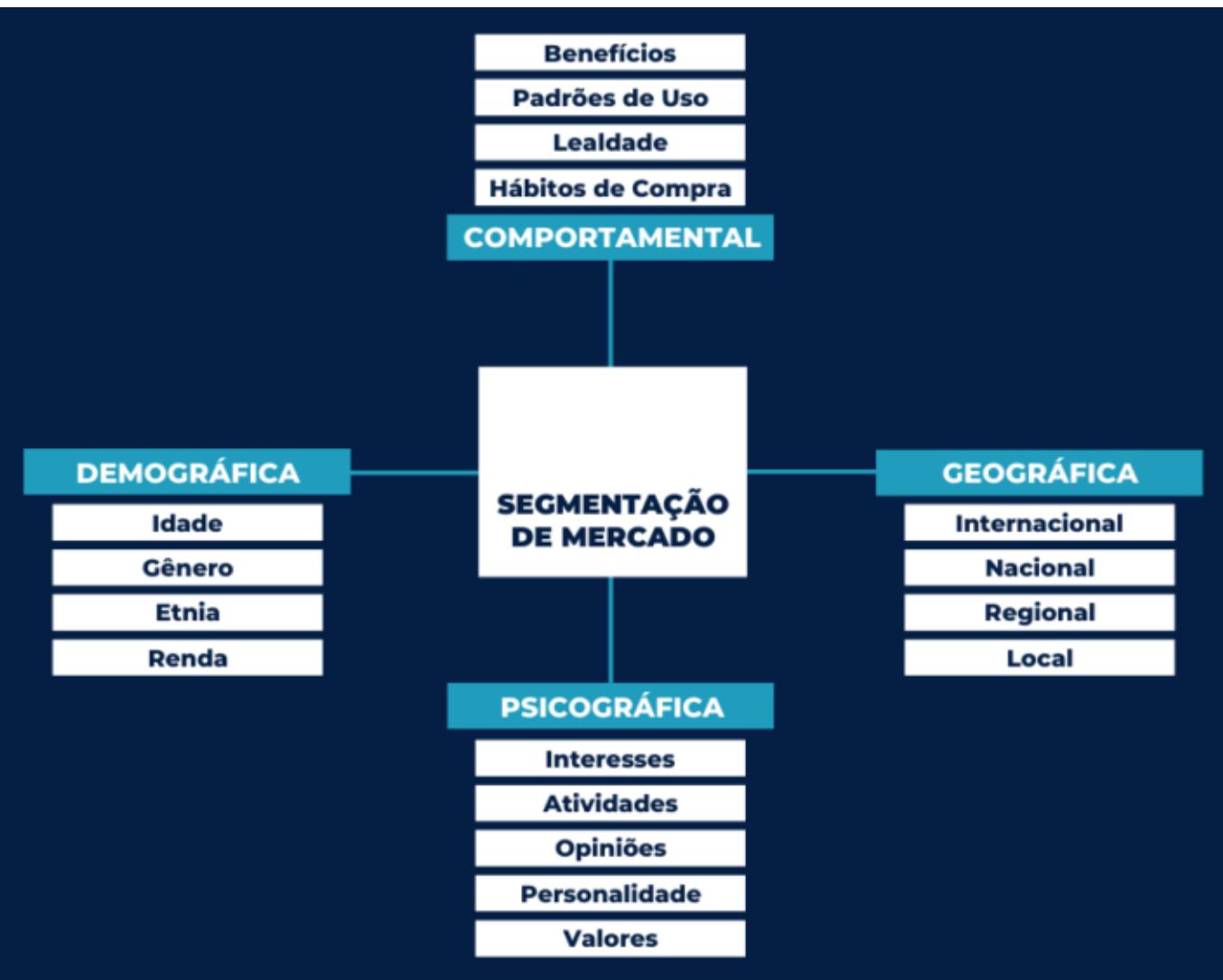
VÍDEO  
Stella Artois Sem Glúten

<https://www.youtube.com/watch?v=4qHLi7mZsY8>

# Segmentação de mercado

- A segmentação de mercado consiste na divisão do mercado em grupos de potenciais consumidores com características, comportamentos e necessidades distintas.
- Os tipos de segmentação de mercado mais comuns são:
  - geográfica,
  - demográfica,
  - psicográfica (estilo de vida),
  - comportamental.





# Mix de Marketing

Produto



Preço



Praça



Promoção



# Produto

- O produto pode ser definido como qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer um desejo ou necessidade.
- DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS » processo composto por quatro etapas:



revistaglamour.globo.com

GLAMOUR

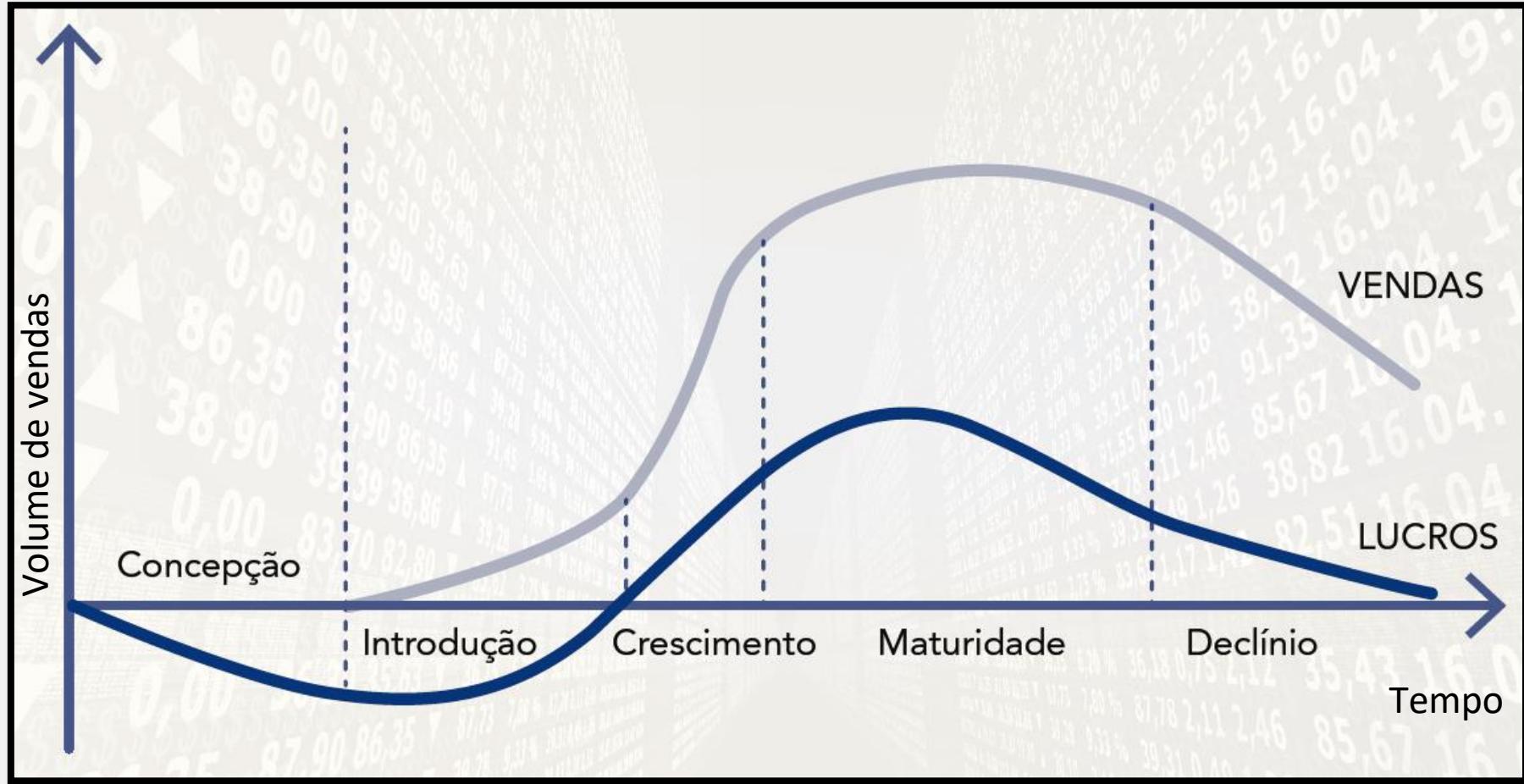
Marca: BOCA ROSA BEAUTY

Quem está por trás? Bianca Andrade. Com 14,4 milhões de seguidores, só no Instagram, a megainfluencer é um dos nomes mais conhecidos do País.

Lançamento: 2018

O que vende? Maquiagem

Investimento x Faturamento: Bianca não sabe ao certo quanto foi investido inicialmente, “mas foram milhões”. Com R\$ 3,8 milhões em vendas só no primeiro mês, o payback veio em menos de três meses após o lançamento da marca. Dois anos depois, em 2020, a Boca Rosa Beauty atingiu a marca de oito dígitos em faturamento mensal.

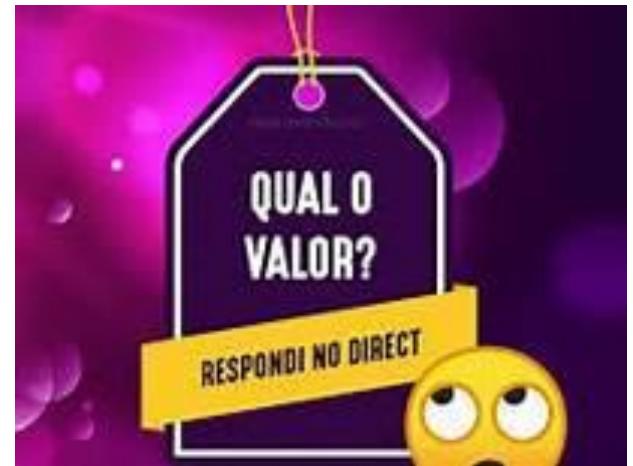


## Ciclo de Vida do Produto

- Modelo que descreve a evolução de um produto ou serviço no mercado.

# Preço

- Política de preço - Conjunto de decisões relativas ao estabelecimento e gerenciamento do preço dos produtos da organização.
- ESTABELECIMENTO DO PREÇO » o preço de um produto depende fundamentalmente do valor percebido pelo consumidor.
- É a expectativa do consumidor quanto aos benefícios esperados de um produto *versus* o seu custo de aquisição.



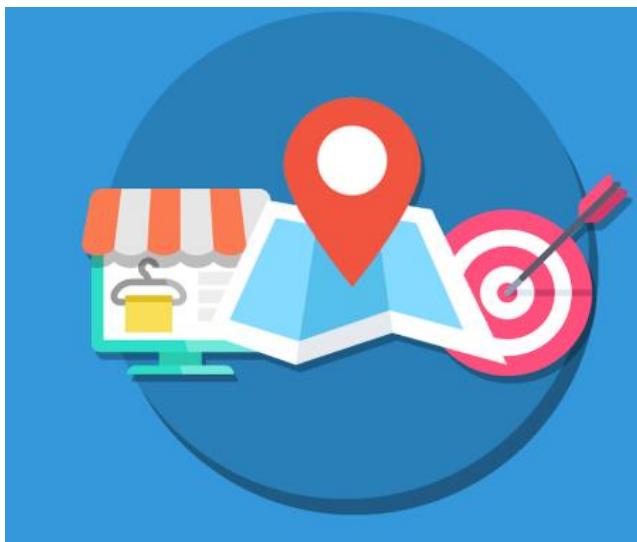
# Política de Preço

- **GERENCIAMENTO DO PREÇO** » Depois de o produto ter sido lançado no mercado, são frequentes as alterações no preço inicial, por circunstâncias diversas, tais como:
  - resposta a movimentos dos concorrentes,
  - alterações na estrutura de custos de produção,
  - necessidade de escoamento de um produto,
  - entre outros fatores do ambiente organizacional.



# Praça

- Conjunto de decisões relativas à concepção e gestão dos canais por meio dos quais a organização coloca seus produtos no mercado.
- É por meio da política de distribuição que se materializa a troca entre a organização e seus consumidores.
- Tendo definido o tipo de canal a ser utilizado, ou o *mix* deles, o próximo passo é definir a intensidade da distribuição, ou seja, a quantidade de pontos de venda e sua localização geográfica.



# Política de distribuição

- A organização pode optar por uma distribuição:
- **Intensiva** – a empresa coloca seus produtos no maior número possível de revendedores, procurando assim maximizar sua cobertura do mercado.
- **Seletiva** – a organização distribui seus produtos para um número limitado de distribuidores.
- **Exclusiva** – a empresa escolhe um único distribuidor em determinada região.



# Promoção

- Conjunto de sinais que a organização emite para o mercado-alvo para divulgar e criar valor para os seus produtos.
- O mix de comunicação é o conjunto de ferramentas promocionais que operacionalizam a política de comunicação.





## Planejamento da comunicação

- Envolve decisões sobre o mercado-alvo, o objetivo, a mensagem, o meio de comunicação, o orçamento e a avaliação da campanha.



**CHEVROLET**

Connected by **OnStar**

WWW.CHEVROLET.COM.BR



No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.

Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve - Programa de Controle de Poluição do Ar por Veículos Automotores. SAC 0800 7002 4200. "Wi-Fi. Serviço prestado por operadora de telecomunicação.

<https://www.youtube.com/watch?v=4GnMxbIjRH8&t=6s>

Chevrolet Vai pilotar fogão

CHEVROLET TRACKER | #RESTARTIDEIAS

# *Branding*

- Gestão estratégica com o objetivo de consolidar a marca de uma organização no mercado.
- Criação de uma identidade e valor para seu público.
- É importante traduzir a identidade visual do seu negócio por meio da marca.
- É preciso estar presente nos canais onde o seu cliente está, se posicionando de forma adequada.



# GUIA EMOCIONAL DAS CORES

**OTIMISMO**

*clareza  
calor*

**AMIGÁVEL**

*alegria  
confiança*

**EXCITAÇÃO**

*juventude  
coragem*

**criativo**

*imaginativo  
sabedoria*

**CONFIANÇA**

*seguro  
força*

**PACÍFICO**

*crescimento  
saúde  
neutro  
calmo*

**EQUILÍBRIO**



# Obrigada!

[luana.f.santos@ufv.br](mailto:luana.f.santos@ufv.br)

## Bibliografia:



**UFV**

Universidade Federal de Viçosa