



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

**LUCAS DOMINGOS, GUILHERME NAZIAZENO, PEDRO HENRIQUE MORAES E
RAFAEL RIBEIRO**

**ESCOLA APROVE: CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DA ESCOLA
APROVE**

Assis
2013

LUCAS DOMINGOS, GUILHERME NAZIAZENO, PEDRO HENRIQUE MORAES E
RAFAEL RIBEIRO

ESCOLA APROVE: CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DA ESCOLA
APROVE

Trabalho de conclusão de curso de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof^a. Ms. Gisele M. Silveira Constantino
Área de Concentração: Publicidade e Propaganda

Assis
2013

FICHA CATALOGRÁFICA

DOMINGOS, Lucas; NAZIAZENO, Guilherme; MORAIS, Pedro Henrique; RIBEIRO, Rafael

Escola Aprove: campanha de divulgação da escola aprove / Lucas Domingos; Guilherme Naziazeno; Pedro Henrique Morais; Rafael Ribeiro. Fundação Educacional do Município de Assis - FEMA - Assis, 2013.

42p.

Orientador: Prof^a. Ms. Gisele M. Silveira Constantino
Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA.

1. Escola Aprove. 2. Marca.

CDD:659.1

Biblioteca da FEMA

ESCOLA APROVE: CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DA ESCOLA
APROVE

LUCAS DOMINGOS; GUILHERME NAZIAZENO; PEDRO HENRIQUE MORAES;
RAFAEL RIBEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Instituto Municipal
de Ensino Superior de Assis, como
requisito do Curso de Graduação,
analisado pela seguinte comissão
examinadora:

Orientador: Prof^a. Ms. Gisele M. Silveira Constantino

Analizador:

Assis
2013

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho aos nossos pais, professores e amigos, que ao longo desses quatro anos, nos apoiaram, nos fortaleceram, não desacreditaram da gente e hoje fazem com que possamos finalizar mais essa etapa em nossas vidas.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus que permitiu que tudo isso acontecesse ao longo de nossas vidas, e não somente nestes anos como universitários, mas que em todos os momentos é o maior mestre que uma pessoa pode conhecer.

Agradecemos muito a prof. Ms. Gisele Maria Silveira Constantino pela tão importante orientação deste trabalho, a todos os professores por nos proporcionar o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo de formação profissional, por tanto que se dedicaram a nós, não somente por terem nos ensinado, mas por terem nos feito aprender. A palavra mestre, nunca fará justiça aos professores dedicados aos quais sem nominar terão os nossos eternos agradecimentos.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes. A todos que direto ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigado.

Pelo apoio e ajuda e em especial a escola APROVE que confiou nesse trabalho, nos apoiando e trabalhando junto, numa parceria muito feliz.

“Que os vossos esforços
desafiem as
impossibilidades, lembrai-
vos de que as grandes
coisas do homem foram
conquistadas do que parecia
impossível.”

Charles Chaplin.

RESUMO

A Escola Aprove Cursos e Treinamentos, fundada pela professora Dr^a. Myrian de Jesus Pereira Modotti no ano de 1993 prepara jovens para o mercado de trabalho, oferecendo uma formação profissional de qualidade. Uma pesquisa realizada junto aos alunos da escola identificou problemas de comunicação, que podem ser solucionados a partir de uma campanha publicitária que diferencie a marca e os serviços prestados pela escola, a partir de uma imagem que encante, gere intimidade e identificação com o consumidor. Este trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de campanha publicitária eficiente para a Escola Aprove, capaz de resolver os problemas de comunicação, levantados na pesquisa e que reforce a marca frente aos concorrentes de Ourinhos e região.

Palavras-chave: Escola Aprove, Marca, *Design*,

ABSTRACT

Approve School Courses and Training, founded by Professor Dr. Myriam de Jesus Pereira Modotti in 1993 prepares young people for the labor market, offering quality career training. A study conducted by the school's students identified communication problems that can be solved from an advertising campaign to differentiate the brand and the services provided by the school, from a picture that charm, manages intimacy and identification with the consumer. This paper aims to propose a effective advertising campaign for the School Approve, able to solve communication problems, raised in research and strengthens the brand against competitors of Ourimbah and region.

Keywords: School Approves, Bran, Design, Loyalty

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Site.....	27
Figura 2 – Facebook.....	27
Figura 3 – Flyer.....	28
Figura 4 – Outdoors.....	29
Figura 5 – Jornal.....	29
Figura 6 – Camiseta.....	30
Figura 7 – Cartão de visita.....	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	- Sexo dos Alunos da Escola Aprove.....	19
Gráfico 2	- Faixa Estária dos Alunos da Escola Aprove.....	20
Gráfico 3	- Estado Civil dos Alunos da Escola Aprove.....	20
Gráfico 4	- Curso mais Procurado pelos Alunos da Escola Aprove.....	21
Gráfico 5	- Bairro dos Alunos da Escola Aprove.....	21
Gráfico 6	- Como os Alunos Conheceram a Escola Aprove.....	22
Gráfico 7	- Satisfação dos Alunos com o Curso.....	22
Gráfico 8	- Satisfação dos Alunos com a Escola.....	23
Gráfico 9	- Por que um curso técnico e não uma faculdade.....	23
Gráfico 10	- Problemas com a Escola.....	24

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	13
2.	MARCA.....	13
3.	METODOLOGIA.....	14
4.	OBJETO DE ESTUDO.....	16
4.1	ESCOLA APROVE.....	16
4.1.1	Serviços.....	18
4.1.2	Concorrentes.....	18
4.2	FORÇAS.....	18
4.3	FRAQUEZAS.....	19
4.4	OPORTUNIDADES.....	19
5.	RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA.....	19
6.	CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DA ESCOLA APROVE... 	25
6.1	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA DIVULGAÇÃO.....	25
6.2	CONCEITO DA CAMPANHA	26
6.3	PEÇAS PUBLICITÁRIAS	26
6.4	PLANEJAMENTO DE MÍDIA.....	31
7.	CONCLUSÃO.....	32
	REFERÊNCIAS.....	33
	ANEXO I – QUESTIONÁRIO REALIZADO COM OS ALUNOS DA ESCOLA APROVE.....	34
	ANEXO II – FOTOS DA ESCOLA APROVE.....	35

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho iniciou-se a partir da necessidade de viabilização de uma campanha publicitária de divulgação da Escola APROVE, situada na cidade de Ourinhos-SP. Essa necessidade deverá ser confirmada através de uma pesquisa de campo, em que se pretende analisar as estratégias de divulgação da marca já adotadas pela escola, suas fraquezas, perfil do público-alvo e concorrência. Além disso, os dados da pesquisa deverão embasar o planejamento de campanha mais adequado, para se estabelecer ações de fortalecimento da marca, promoção dos serviços, aumento do market share e desenvolvimento dos relacionamentos com clientes internos e externos.

2. MARCA

Cada vez mais as empresas estão cientes da importância da marca em sua estratégia de negócio. As marcas começaram a ser discutidas em meados do século XX, mas é um componente fundamental no marketing a mais de cem anos (TAVARES, 2003).

O conceito sobre marca é muito amplo, mas de acordo com o Comitê de Definições da *American Marketing Association*:

Marca é um nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou uma combinação dos mesmos que pretende identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedoras e diferenciá-los daqueles dos concorrentes (PINHO, 1996, p.14).

De acordo com TAVARES (2003), a era das marcas teve início em 1951, mas foi somente no ano de 1980 que a marca começou a ser considerada como elemento fundamental na identificação das empresas, produtos e serviços.

A marca é um componente estratégico das empresas, pois quando é bem elaborada oferece uma identidade com personalidade independente, que vai além do produto. Ela possui um poder tão grande que, muitas vezes, vale mais do que a própria empresa ou produto e é através dela que é construída a imagem da empresa, junto ao mercado e na mente do consumidor.

Um dos aspectos mais importantes na comunicação de uma empresa é seu planejamento e construção de marca. Nesse sentido, seu posicionamento deve partir não apenas de um atributo da marca, desenvolvimento central ou mesmo de um modo mais amplo, é necessário que se desenvolva o posicionamento total da marca.

O consumidor compra aquilo que lhe faz bem, que satisfaz seus desejos e necessidades, por isso uma marca bem elaborada irá oferecer um valor elevado e certamente terá mais preferência, fidelidade e credibilidade em relação aos concorrentes.

O principal objetivo da marca é fazer com que o produto/empresa se torne exclusivo no mercado, diferente dos demais, com uma imagem que encanta os olhos do consumidor, promova identificação e intimidade entre o consumidor e o produto/serviço.

3. METODOLOGIA

A pesquisa de campo se caracteriza pela ida do pesquisador ao espaço de coleta de dados com o objetivo de compreender os fenômenos que nele ocorrem.

Os grandes momentos do processo de pesquisa de campo são: delineamento da pesquisa, com a elaboração do projeto de pesquisa; revisão bibliográfica, para delinear melhor o problema de pesquisa e para a compreensão mais aprofundada do assunto; coleta de dados, que envolve a ida ao campo para a aplicação técnicas e instrumentos de coleta de dados para análise; organização dos dados, em categorias de análise; análise e interpretação dos dados, discussão dos resultados

obtidos na coleta de dados com o apoio de autores e obras que tratam dos mesmos temas ou temas próximos; elaboração do relatório final da pesquisa na forma exigida para o nível de investigação empreendido, seja monografia, trabalho de conclusão de curso etc.

Neste trabalho foi desenvolvida uma pesquisa de campo onde foram entrevistados alunos da Escola Aprove (Anexo 1), tendo como objetivo geral do trabalho identificar o perfil do aluno e os cursos mais procurados. Já o objetivo específico é identificar as seguintes variáveis tais como: sexo, faixa etária, estado civil e bairro onde moram, como é o ensino ao longo do curso, o espaço físico da escola, se todos estão contentes com o curso.

Para viabilizar a campanha publicitária da Escola Aprove, foi realizada uma pesquisa de campo que identificou os erros na divulgação da marca e que embasou o planejamento de campanha mais adequado, para se estabelecer ações de fortalecimento da marca, promoção dos serviços, aumento do market share e desenvolvimento dos relacionamentos com clientes internos e externos.

Esta modalidade de trabalho, como preveem as normas do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, deve culminar em um projeto experimental, que envolve o planejamento, a criação e a produção de uma campanha publicitária, que possa contribuir de forma relevante com os meios profissionais e acadêmicos da área de comunicação social.

De acordo com Malanga (1987), a primeira campanha publicitária foi planejada por John Wanamaker, para um estabelecimento de roupas masculinas na Filadélfia, através de apoio publicitário, com anúncios impressos, gigantescos painéis exteriores, desfiles de carros decorados e ofertas de bandeirolas.

A concorrência e a crescente necessidade do consumo dos bens produzidos faz com que a publicidade se aperfeiçoe e ao invés de impor ao consumidor o produto, as mensagens publicitárias são cada vez mais sugestivas, tendo como base estudos de mercado e motivação para o consumo de produtos (MALANGA, 1987).

As empresas precisam comunicar sobre seus produtos, serviços e ideias através de campanhas publicitárias bem planejadas e adequadas ao tipo de público que almejam alcançar (MARTINS, 1999).

Desse modo entendemos que a Escola Aprove precisa de uma campanha publicitária bem planejada e adequada às necessidades atuais de divulgação da escola, para um público específico e que resulte em novas matrículas para os diversos cursos que oferece, além de um reforço de marca importante para qualquer empresa que deseja se destacar diante da concorrência.

4. OBJETO DE ESTUDO

4.1 ESCOLA APROVE

A Escola Aprove está situada na Rua Benjamin Constant, 785, Vila Morais, na cidade de Ourinhos–SP. Possui um espaço físico amplo, com laboratórios e salas de aula adaptadas para aulas práticas e demonstrações (Anexo2).

A Escola Aprove Cursos e Treinamentos, foi fundada pela professora Dr^a. Myrian de Jesus Pereira Modotti, no ano de 1993. A principal proposta era preparar jovens para o mercado de trabalho, oferecendo assim uma formação profissional de qualidade.

A Escola Aprove tem como objetivo principal atingir o desenvolvimento do educando, que o aluno saia preparado para o exercício da cidadania e para o mercado de trabalho.

A Escola Aprove conta com os cursos técnicos de:

- 1- Técnico em radiologia: no curso o aluno aprende a realizar processos de aquisição e processamento de imagens com fins de diagnóstico e com bases nas necessidades determinadas pela prevenção ou tratamento de doenças.
- 2- Auxiliar de enfermagem: é um curso onde o aluno aprende a atuar com polivalência, iniciativa e ética, nesse vasto e diversificado campo, com visão holística do ser humano em todo seu ciclo vital, considerando a sua integralidade. As práticas de promoção da saúde, a educação e a saúde

coletiva, estão associadas ao uso de novas tecnologias como as de diagnóstico e de atenção e cuidado ao cliente/paciente e se comprometem com esses princípios ao privilegiar a integralidade da atenção à saúde, levando em conta as dimensões biológicas, psicológicas e sociais do processo saúde-doença. O curso propicia tanto a formação plena do Técnico de Enfermagem, como a possibilidade de complementação da formação dos auxiliares para obtenção do diploma da habilitação técnica.

- 3- Técnico em podologia: o profissional técnico em podologia ao terminar o curso será capaz de realizar procedimentos destinados à conservação, manutenção e recuperação da saúde dos pés; identificar e tratar os problemas que mais acometem a anatomia dos pés; operar com eficiência, os aparelhos e equipamentos utilizados na podologia; aplicar as técnicas de esterilização dos materiais utilizados nos procedimentos com o cliente e promover a assepsia do local de trabalho.
- 4- Técnico em nutrição e dietética: presta assistência em estabelecimentos de alimentos e auxilia o profissional de nível superior, sob a orientação e supervisão do mesmo, no que diz respeito ao controle de qualidade dos alimentos, seu correto armazenamento e a sua cocção, além de participar nas compras e vendas de produtos e equipamentos especializados, bem como sua utilização.
- 5- Técnica em estética: o aluno aprende a executar procedimentos de prevenção, manutenção e recuperação da pele facial e corporal através do domínio da tecnologia de produtos cosméticos e de equipamentos eletroterápicos. Gestão dos processos de trabalho do esteticista são competências também adquiridas, para que o aluno possa empreender seu próprio negócio ou atuar como colaborador em diferentes setores das áreas de saúde, beleza e bem-estar.

Um curso técnico dura em média dois anos.

4.1.1 Serviços

A Escola Aprove oferece cursos de qualificação profissional, tais como: auxiliar de enfermagem, técnico em enfermagem, técnico em radiologia, técnico em logística, técnico em imobilização ortopédica, técnico em podologia, técnico em nutrição e dietética, técnico em estética, assistente administrativo, telemarketing, UTI adulto e hemodiálise, instrumentação cirúrgica e enfermagem do trabalho.

4.1.2 Concorrentes

A Escola Aprove Cursos e Treinamentos possui como principais concorrentes a ETEC Jacinto Ferreira de Sá e o Colégio Super Ensino.

A ETEC Jacinto Ferreira de Sá conta com os seguintes cursos técnicos: açúcar e álcool, administração, comércio, contabilidade, edificações, eletrônica, eletrotécnica, enfermagem, informática, informática para internet integrada ao ensino médio, mecânica, química, regência, redes de computadores, saneamento, secretariado, segurança do trabalho e transações imobiliárias.

O Colégio Super Ensino possui os cursos técnicos de açúcar e álcool, eletrônica, eletrotécnica, enfermagem, farmácia, logística, meio ambiente, química e segurança do trabalho.

Ambas as escolas localizam-se na cidade de Ourinhos/SP.

4.2 Forças

A Aprove é uma escola de curso técnico, que tem como principais forças o valor acessível das mensalidades, o tempo de duração dos cursos e a boa qualificação dos professores. Tais características possibilitam aos alunos uma formação qualificada para o mercado de trabalho.

4.3 Fraquezas

Podemos apontar como principais fraquezas da Escola Aprove a qualidade do atendimento e da limpeza. Tais pontos prejudicam o andamento das atividades em sala de aula, laboratórios e espaços comuns entre os alunos.

4.4 Oportunidades

Por se tratar de um curso de nível técnico, com duração média de dois anos, o acesso ao mercado de trabalho torna-se mais rápido, devido às grandes oportunidades de estágio nas áreas de atuação.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

A Escola Aprove conta com 28% de alunos do sexo masculino e 72% do sexo feminino:

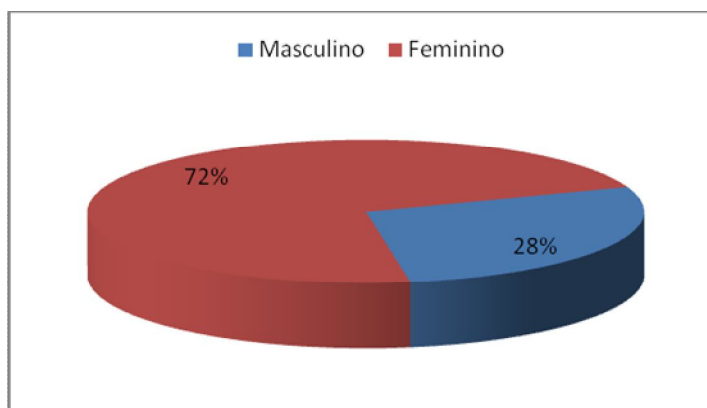


Gráfico 1 – Gênero dos Alunos da Escola Aprove

A faixa etária dos alunos varia entre 18 e 31 anos, 277 (73%) alunos possuem entre 18 a 24 anos, 75 (20%) alunos possuem entre 25 e 31 anos e 28 (7%) alunos possuem acima de 31 anos:

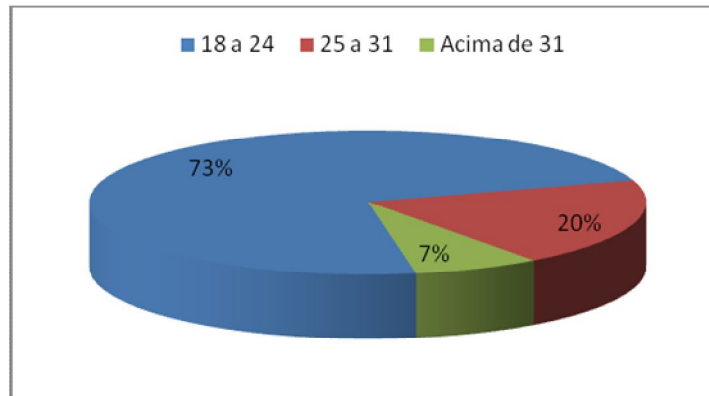


Gráfico 2 – Faixa Etária dos Alunos da Escola Aprove

A maior parte dos alunos que procuram a escola é solteira, pois um total de 87 alunos, (35%) são casados e 164 (65%) são solteiros:

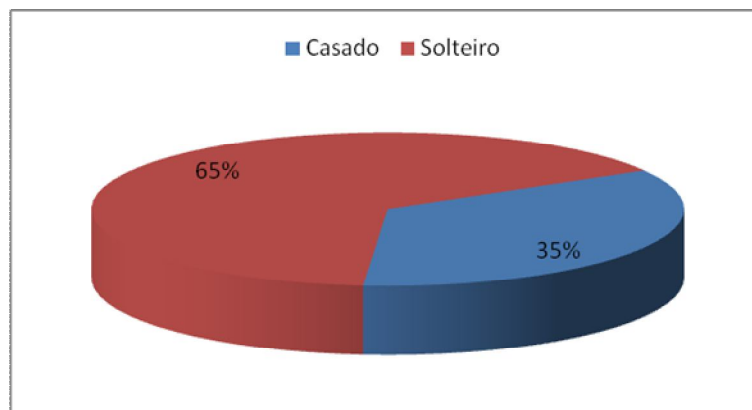


Gráfico 3 – Estado Civil dos Alunos da Escola Aprove

O curso mais procurado na Escola Aprove é o curso de radiologia, seguido do curso de nutrição, estética, logística e enfermagem:

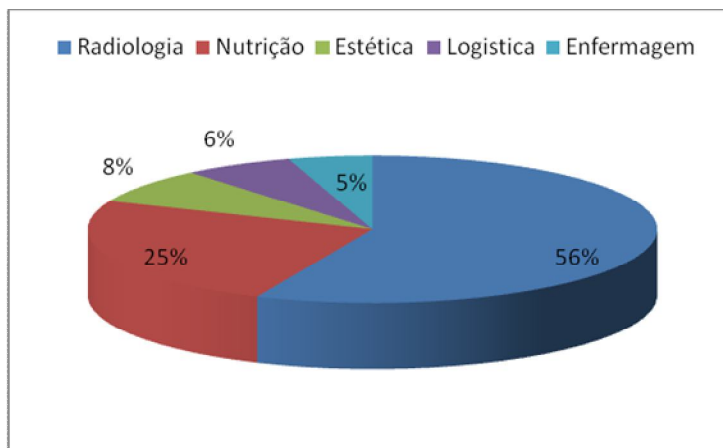


Gráfico 4 – Curso Mais Procurado pelos Alunos da Escola Aprove

Os alunos que frequentam a Escola Aprove são provenientes de diversos bairros da cidade de Ourinhos, sendo que a maioria são da COHAB (41%). O restante se divide em: Jardim Eldorado (28%), Vila Perino (10%), Jardim Itamaraty (8%), Vila Brasil (5%), Jardim Matilde (4%), Ouro Verde (2%) e Jardim Cristal (2%).

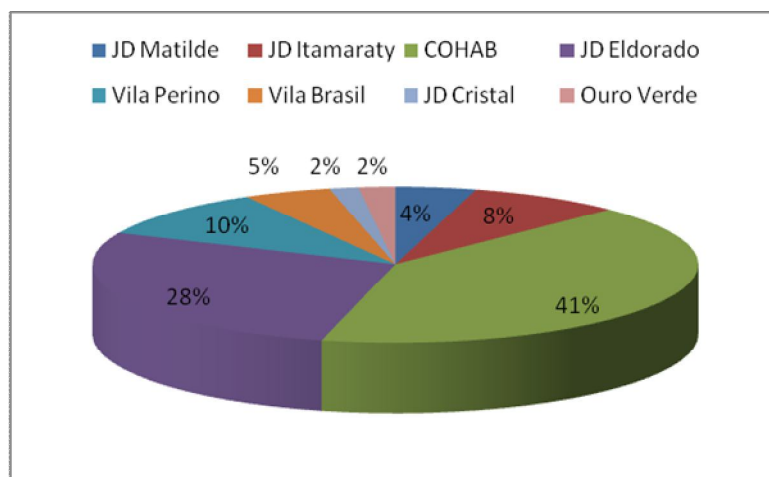


Gráfico 5 – Bairro onde residem os Alunos da Escola Aprove

Com relação ao meio pelo qual os alunos conheceram a escola, verificou-se que 46% dos alunos tomaram conhecimento da escola pela internet e 54% por amigos:

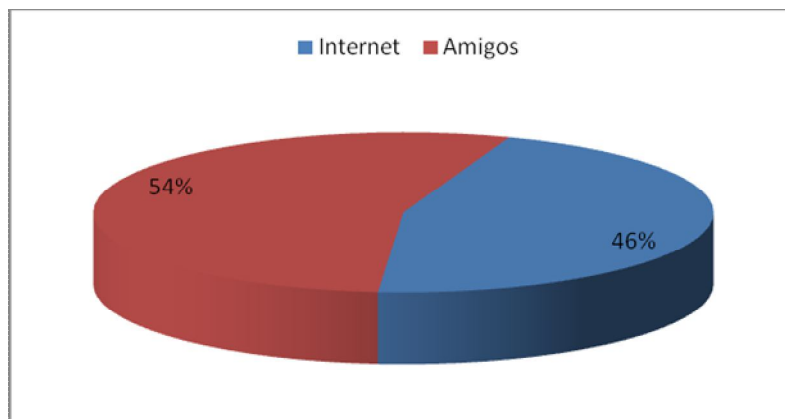


Gráfico 6 – Como os Alunos Conheceram a Escola Aprove

Notamos pelos gráficos 7 e 8 que 95% dos alunos estão satisfeitos com o curso e 96% estão satisfeitos com a escola.

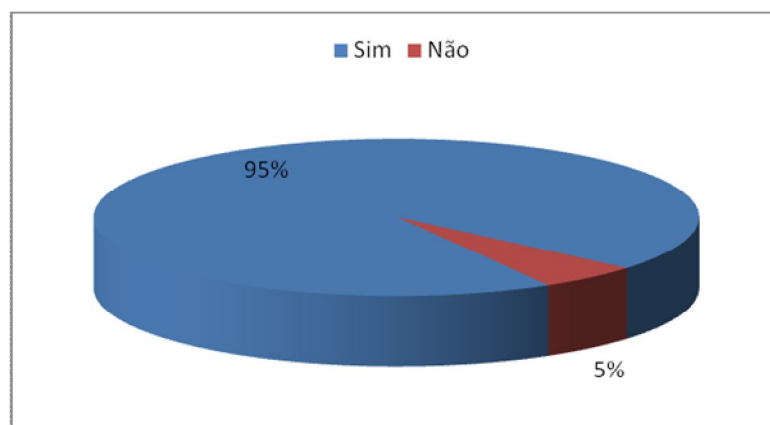


Gráfico 7 – Satisfação dos Alunos com o Curso

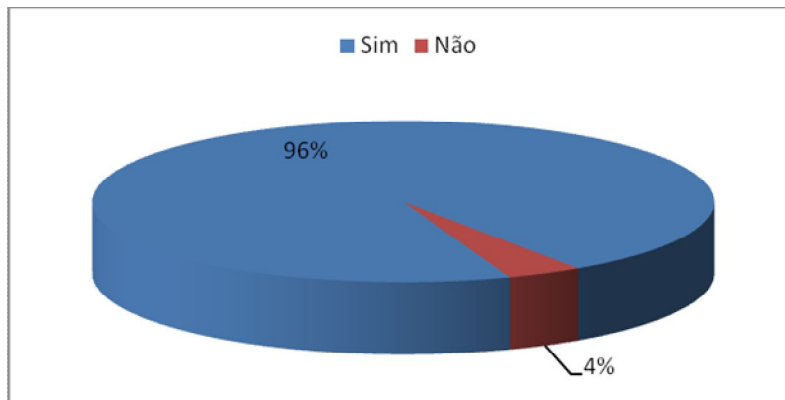


Gráfico 8 – Satisfação dos Alunos com a Escola

Os motivos pelos quais os alunos procuram um curso técnico e não um curso de graduação são: valor (68%), duração (26%) e a praticidade (6%).

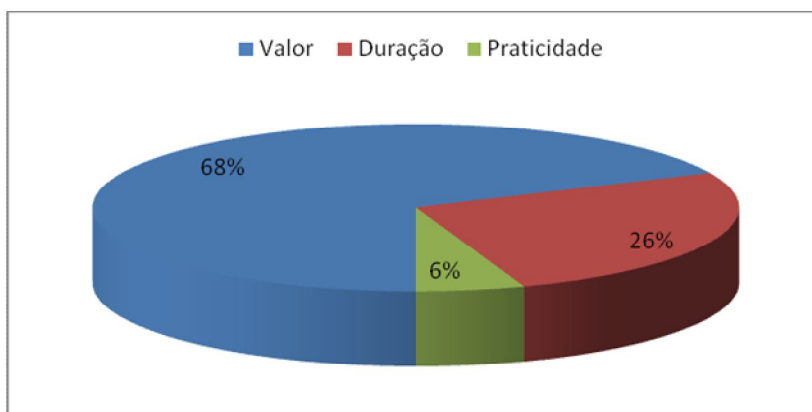


Gráfico 9 – preferência por Curso Técnico

Ao serem questionados se tinham problemas com a escola, 46% disseram que tinham problemas com o banheiro, 40% com o atendimento e 14% com a cantina.

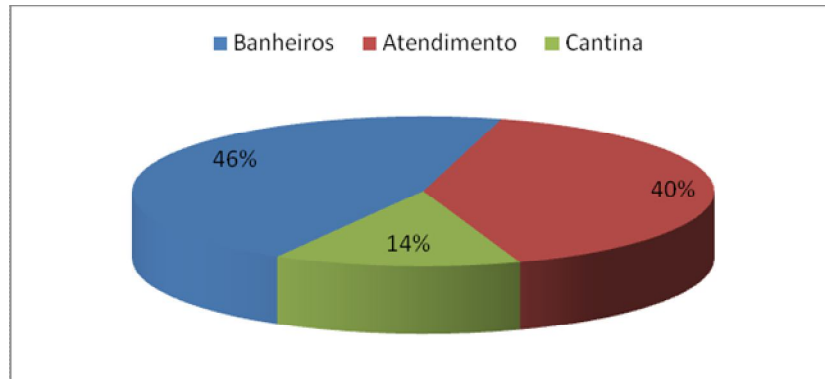


Gráfico 10 – Problemas com a Escola

A pesquisa realizada na Escola Aprove foi muito importante para o direcionamento correto do trabalho, pois os dados demonstraram os principais problemas de comunicação da empresa e revelaram quais os objetivos e a estratégia que deveria ser utilizada na divulgação da campanha publicitária.

6. CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DA ESCOLA APROVE

6.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA DIVULGAÇÃO

O planejamento estratégico da campanha de divulgação da Escola Aprove objetiva estabelecer ações para fortalecer a marca, promover os serviços, aumentando o market share e desenvolver relacionamentos com clientes internos e externos.

Tendo em vista que o consumidor se transformou, cobrando das empresas mais compromissos, não só na qualidade de seus produtos e serviços, mas também nas responsabilidades sociais e ambientais, os esforços devem ser de valorização da marca e na responsabilidade tanto com clientes externos, quanto com os internos.

Com base nesse cenário a comunicação deve seguir alguns pilares estratégicos:

Gestão de Produto: Educação da melhor qualidade, infraestrutura com salas de aula e laboratórios para o estudo prático de alto padrão para a formação de profissionais capacitados e prontos para o mercado de trabalho.

Gestão de Relacionamento: através de eficiência no atendimento e convivência com os alunos e demais funcionários da escola, fazendo uma troca onde a escola ajuda o aluno e vice versa.

Gestão de Qualidade Total: qualidade em todos os processos do negócio, dando destaque na qualidade do serviço e higiene do ambiente.

Gestão de RH: manter os alunos envolvidos no crescimento da escola, estimulando a motivação por meio de participação efetiva nos eventos, mostrando seu real valor para a empresa e retribuindo com premiações, atividades extracurriculares para a diversão e entretenimento de todos.

Gestão de Sustentabilidade: fazer o descarte responsável das sobras, separando o lixo reciclável e promovendo a cultura ambiental entre os colaboradores.

Gestão Institucional: promover a marca APROVE, fortalecendo a mesma com as ações acima citadas, a fim de que se torne referência e admiração no segmento.

6.2 CONCEITO DA CAMPANHA

Com o incremento da nova campanha, a Escola Aprove busca promover e estimular os alunos do ensino médio e pessoas que buscam uma especialização na área. A nova fase visa reforçar o conceito “Um caminho novo” e mostrar alguns dos seus diferenciais, como o atendimento, professores capacitados, salas de aula adaptadas para aulas práticas.

O conceito das peças é direcionado ao público-alvo primário, jovens que poderão se identificar com a proposta. A escola Aprove, de acordo com a proposta conceitual da campanha, prepara o aluno para alcançar seus objetivos, mesmo que em seu caminho encontre obstáculos a ultrapassar.

Na divulgação da campanha as peças devem preservar uma identidade única, com uniformidade tanto editorial, quanto visual, para aumentar seu impacto. Serão materiais gráficos (flyer), outdoors, homepage, página no facebook e jornal. Os esforços de comunicação da campanha serão acrescidos de materiais institucionais que já são produzidos pela empresa. São eles: camiseta e cartão de visita.

6.3 PEÇAS PUBLICITÁRIAS

6.3.1 Mídias Online

A homepage da escola (www.aprovecursos.com.br) é uma página completa com informações institucionais, dos cursos, do local, notícias da escola e de cursos técnicos, integração com *Facebook* e contatos.



Figura 1 – Homepage Aprove

Um banner com animação gráfica será inserido no site www.aprovecursos.com.br com uma imagem da capa do facebook, desse modo todos os usuários da homepage terão acesso direto ao facebook da escola.



Figura 2 – Facebook Aprove

6.3.2 Material gráfico - Flyer

Mantém o mesmo conceito do “caminho que o estudante deseja seguir”. Peça acessível ao aluno, que terá em mãos todas as informações dos cursos e eventos que a escola oferece.

São produzidos em média cinco mil flyers mensalmente com informações gerais. Em épocas de campanhas para o processo seletivo são produzidos dez mil flyers com informações da prova, cursos e alguma referência da escola. O padrão utilizado pela APROVE é medida 10x21 cm – 4x4 cores no papel couchê 180g.



Figura 3 – Flyer Aprove

6.3.3 Outdoor

Os elementos da peça se resumem em uma imagem de um estudante (mochila nas costas), que caminha em direção a um fundo escuro, com mal tempo (os obstáculos a enfrentar), a Marca da escola Aprove, em destaque, sobrepondo as nuvens escuras, seguida do slogan: Não sabemos onde você quer ir, mas sabemos como prepará-lo para chegar!

São veiculados 6 unidades bimestralmente espalhadas estrategicamente pela cidade.

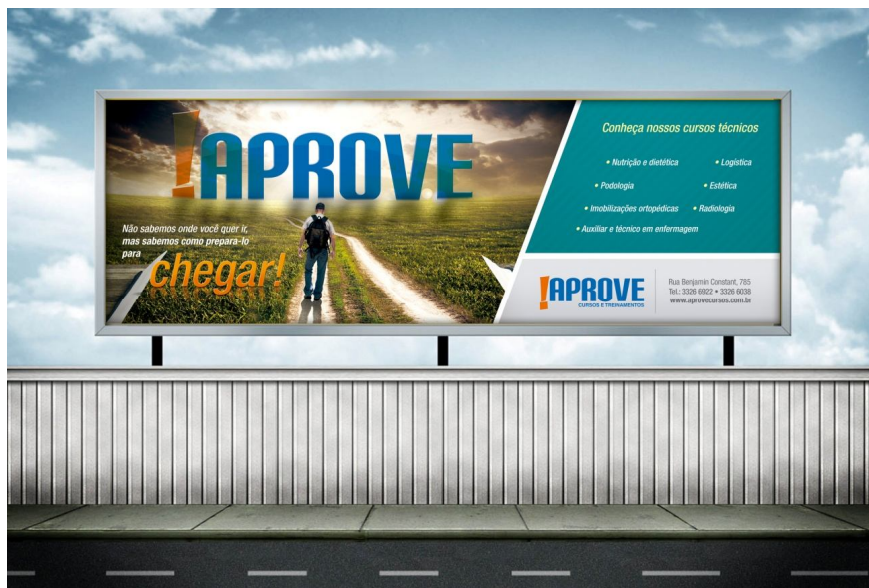


Figura 4 – Outdoor Aprove

6.3.4 Jornal

O jornal utiliza o mesmo conceito unificado da campanha, valorizando um espaço maior no jornal para uma fácil leitura. A veiculação é diária, com inserções coloridas de 1/2 de página, colorido e tem um tratamento especial em períodos de processo seletivo.



Figura 5 – Jornal Aprove

6.3.5 Camiseta

A camiseta tem um layout institucional, mais simples, valorizando a marca da Escola e os cursos, é destinada principalmente aos alunos e professores.

São confeccionadas 30 camisetas por mês e distribuídas em promoções com alunos e demais parceiros.



Figura 6 – Camiseta Aprove

6.3.5 Cartão de visita

O cartão de visita, assim como a camiseta, é essencialmente institucional, não segue o padrão visual da campanha, produzido trimestralmente (500 unidades), no tamanho 5x9 cm, 4x4 cores, no papel couchê fosco, 300g e distribuído diariamente.



Figura 7 – Cartão de visita Aprove

6.4 PLANEJAMENTO DE MÍDIA

O orçamento de mídia mensal, destinado a essa campanha de divulgação da Escola Aprove, está descrito na Tabela 1:

ORÇAMENTO DE MÍDIA MENSAL			
3MÍDIA	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FLYER INSTITUCIONAL	5000	0,07	350
OUTDOOR	6	400	2400
JORNAL 1/2	4	500	2000
CAMISETA	30	12	360
CARTÃO	1000	0,08	80
TOTAL			5190

Tabela 1 – Orçamento de mídia mensal

A veiculação será realizada através do cronograma e controle estabelecido pela escola, descrito na tabela 2:

CRONOGRAMA E CONTROLE DE MÍDIAS												
MÍDIA	JA N	FE V	MA R	AB R	MA I	JU N	JU L	A G	SE T	OU T	NO V	DE Z
FLYER INSTITUCIONAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
OUTDOOR	X			X			X			X		
JORNAL 1/2	X			X			X			X		
CAMISETA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CARTÃO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Tabela 2 – Cronograma e controle de mídias

7. CONCLUSÃO

A marca é uma ferramenta importante para a estratégia de negócio de uma empresa e a satisfação dos consumidores da empresa torna-se importante para que ela seja reconhecida no mercado e possa, além de manter os clientes já conquistados, conquistar novos consumidores.

Um planejamento de campanha bem realizado em cada etapa é importante para que a marca seja reconhecida no mercado, pois sua estratégia de veiculação é muito importante para que ela chegue até o consumidor.

Dessa forma, podemos concluir uma campanha integrada, faz com que a marca chegue até o consumidor de forma eficiente, tornando-se assim mais fácil de alavancar seu reconhecimento.

Acreditamos que a campanha publicitária proposta neste trabalho trará resultados efetivos para a escola Aprove, através do aumento do número de matrículas para o próximo ano, além do reforço esperado para a marca, que deverá se destacar no mercado, frente à concorrência em Ourinhos e região.

REFERÊNCIAS

ETEC Jacinto Ferreira de Sá. Disponível em: <www.eteourinhos.com.br>. Acessado em: 17 de agosto de 2013.

JUNIOR, Edval Inácio de Souza. **Escola Evolução: redesign da marca e identidade visual.** Trabalho de Conclusão de Curso. FEMA-IMESA. 2011. Assis/SP.

MORAIS, Dijon de. **Limites do Design.** São Paulo. Editora Studio Nobel. 1999.

NETO, João Gigliotti. **Design de embalagem como elemento estratégico de comunicação.** Trabalho de Conclusão de Curso. FEMA-IMESA. 2011. Assis/SP.

Nossa Historia Escola Aprove. Disponível em: <www.aprovecursos.com.br>. Acessado em: 20 de julho de 2013.

PINHO, José Benedito. **O poder das marcas.** São Paulo. Editora Summus. 1996.

Profissional técnico está em alta no mercado de trabalho do Brasil. Disponível em: <g1.globo.com>. Acessado em: 20 de julho de 2013.

Super Ensino. Disponível em: <www.superensino.com>. Acessado em 17 de agosto de 2013.

TAVARES, Fred. **Gestão da Marca: Estratégia e Marketing.** Rio de Janeiro. Editora E-papers Serviços Editoriais Ltda. Rio de Janeiro. 2003.

ANEXO I: QUESTIONÁRIO REALIZADO COM ALUNOS DA ESCOLA



Prezado (a) Aluno (a).

Somos Alunos do 4º Ano de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, do Instituto Educacional do Município de Assis - FEMA., e estamos realizando esta pesquisa sobre a Escola Profissional !APROVE.

Por questão de ética, você não precisa identificar-se.

Obrigado pela Colaboração.

1- Gênero

Masculino Feminino

2- Faixa Etária

18 a 24 anos 25 a 28 anos
 29 a 31 anos Acima de 31 anos

3- Estado Civil

Casado Solteiro

4- Qual curso está cursando?

5- Mora em Ourinhos? qual bairro?

Sim Não _____

6- Como conheceu a Escola?

7- Esta satisfeito com a escola?

Sim Não Por que: _____

8- Esta satisfeito com curso?

Sim Não Por que: _____

9- Por que um curso técnico e não uma faculdade?

10- A escola é bem divulgada?

Sim Não Por que: _____

11- O que você mudaria na escola?



ANEXO II: FOTOS DA ESCOLA APROVE



Figura 8 - Fachada da Escola Aprove, situada na cidade de Ourinhos-SP.

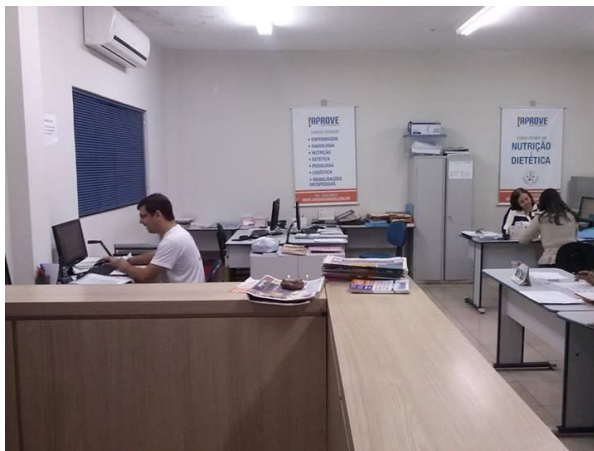


Figura 9 – Recepção da Escola Aprove



Figura 10 – Sala de aulas práticas



Figura 11: Sala de radiologia, aula prática de RaioX



Figura 12 - Sala de demonstração e aula prática em visitantes



Figura 13 - Sala de aula prática de primeiros socorros

