



**UNIVERSIDADE DO MINHO**

Escola de Economia e Gestão

Licenciatura em Marketing

*Marketing direto*

*Merchandising*



**Unidade Curricular:** Comunicação de Marketing

**Docente:** Beatriz Casais

Braga

03 Junho 2014

Ano Letivo 2013/2014

Carla Silva, nº 66978

Diogo Cortez, nº 66980

José Carlos Marques, nº 66976

José Araújo, nº 69759

Renato Oliveira, nº 69720

Índice

Introdução..... 3

Marketing Direto ..... 3

Merchandising..... 5

Outras Ações ..... 6

Conclusão ..... 7

Anexos ..... 8

Bibliografia ..... 26

## Introdução

Neste relatório pretendemos demonstrar a contribuição do nosso grupo para a realização do evento “Time To Marketing” que se realizou no dia 29 de abril de 2014, na Universidade do Minho.

Desde já, é necessário referir que a comunicação é um fator decisivo para a imagem/impacto que qualquer evento possa ter no mercado. É fundamental possuir uma estratégia global de comunicação que seja eficaz e adaptada ao evento que pretendemos. Uma estratégia bem elaborada permitirá que todos os esforços de comunicação sejam coerentes, coesos, contínuos e que permitam que exista cordialidade entre todos os grupos que suportaram a realização do evento. Consideramos ser o instrumento que permite transformar as orientações do planeamento de marketing em ações de comunicação concretas e eficazes.

No nosso caso, e mais concretamente, a nossa contribuição, enquadra-se sobretudo na parte do marketing direto, merchandising e elaboração de tarefas complementares necessárias para o desenvolvimento e planeamento antes, durante e após o evento.

## Marketing Direto

“O marketing direto é uma variável de comunicação que compreende um conjunto de técnicas que permitem identificar, conquistar e fidelizar os clientes atuais e potenciais de uma organização, de uma forma direta e personalizada. É uma ferramenta de marketing interativo, sem intermediários, que privilegia o contacto direto com o público-alvo, englobando funções de distribuição e de comunicação.”

Existem variadíssimas técnicas utilizadas através do marketing direto. Destacando-se as seguintes: Correio direto (direct mail ou mailing); Carta; Sobrescrito de envio e-mail; SMS; Brochura ou folheto; Cupão; Amostra; Telemarketing (marketing telefónico); Direct Response; Television (televentas); Venda por correspondência e à distância.

Apesar da existência de todas estas técnicas de marketing direto, durante a preparação do evento não foi possível utilizar todas as técnicas, porque não se adequavam ou por falta de orçamento para executá-las.

O nosso foco principal, desde o começo do projeto, foi constituir uma base de dados interessante e com relevo e sobretudo que se enquadre no tema proposto pelo grupo 1, a parte estratégica do evento. Cremos que uma base de dados bem constituída/desenvolvida é um grande ativo para qualquer empresa e uma ferramenta essencial para se executar um bom

marketing direto, dessa forma deslocamo-nos aos alunos do terceiro ano da licenciatura de marketing da Universidade do Minho e junto deles procedemos à recolha da base de dados já existente do evento realizado no ano anterior, intitulado por “jornadas de marketing”, sendo esta base bastante importante porque, à partida, podemos obter um leque de possíveis interessados em assistir ao recente evento.

Após obtermos esta base de dados, focamo-nos em construir uma base de dados mais alargada e dirigimo-nos à Associação Comercial de Braga de forma a poder obter um conjunto de contactos de todas as empresas existentes no distrito bracarense, procedemos a todas as formalidades necessárias, no entanto não conseguimos obter os contactos porque não respondiam aos e-mails ou porque nos encaminhavam sempre para uma pessoa diferente. Foi um obstáculo que tivemos que superar e dessa forma, conseguimos através dos meios informáticos obter dois sites importantes que utilizamos posteriormente para fazer o nosso marketing direto às empresas, um grupo importante a ser contactado. Isto permitiu-nos alargar a nossa base de dados.

De salientar ainda que é bastante importante entrar em contacto com todos os alunos da Universidade do Minho, bem como a todos os docentes e funcionários.

Após construirmos toda a base de dados, é necessário escolher a melhor técnica a utilizar de forma a transmitir a informação desejada. Optamos pelo direct mail, isto porque nos permite contactar diretamente toda a nossa base de dados sem qualquer custo inerente. Desta forma passamos à redação da carta que enviamos por e-mail. Só foi possível enviar os e-mails na semana do próprio evento, isto porque precisamos de todos os dados sobre o cartaz e estes só foram disponibilizados poucos dias antes à realização do evento.

Desta forma enviamos convites através do e-mail para toda a base de dados recebida anteriormente, para todas as empresas que se encontravam nos sites anexados nos anexos, que constituíram cerca de 200 convites a empresas bracarenses. Os convites foram enviados para todos os alunos da universidade, através do e-mail institucional e para todos os docentes através da secretaria da escola de economia e gestão, a nosso pedido.

Um outro ponto, foi a realização da folha de presenças utilizada na receção aos convidados durante o evento, essa folha permitiu identificar as pessoas que se inscreveram no evento e efetuar todos os registos necessários para creditação dos créditos por parte da Escola de Economia e Gestão. Dessa forma, permitiu-nos também obter informação de quem lá esteve concretamente e alargar a nossa base de dados. Foi também através desses registos que

pudemos proceder a construção de uma carta de agradecimento e juntamente à mesma, foi anexado o devido diploma de participação no evento, esse e-mail foi enviado para todos os participantes da plateia.

## Merchandising

Por Merchandising entende-se o conjunto de técnicas utilizadas nos pontos de venda, neste caso em particular, no espaço da realização do evento. Sendo algumas das suas técnicas: Localização no ponto de venda; Decoração do Espaço de Venda; Material de apresentação (expositores, prateleiras, montras, entre outros.); Material de comunicação (etiquetas, bandeirolas, cartazes, entre outros).

De forma a proporcionar um espaço agradável para todos os convidados, tanto à plateia como aos oradores, foi necessário pensar em vários detalhes. Começamos então pelo espaço reservado aos oradores. Eram necessários cadeirões e desde aí entramos em contacto com algumas mobiliarias, no entanto, não conseguimos que nos disponibilizassem qualquer tipo de material por razões pessoais da empresa. De forma a colmatar este problema, surgiu-nos a ideia de contactar o Sporting Clube de Braga, enviamos um e-mail e eles mostraram-se sempre disponíveis a ajudar e a colaborar, dessa forma conseguimos 6 cadeirões necessários. Após termos um sim, foi necessário transportar os cadeirões, dessa forma, arranjamos uma carrinha e trouxemos os cadeirões, procedemos a toda a sua montagem e no final do evento arrumamos os cadeirões e voltamos a leva-los ao seu local de origem.

Foram também necessárias mesas para o palco, dessa forma, procedemos a toda a parte formal junto da Doutora Luísa, que nos forneceu as mesas da Rscola de Economia e Gestão. Depois colocamos as mesas no palco de forma a ficar tudo organizado e bem decorado. No final do evento arrumamos as mesas. De forma a poder preencher a mesa, decidimos fazer umas canecas que no final foram oferecidas a todos os oradores. Primeiro procuramos qual a empresa mais apropriada e com melhor orçamento possível e depois passamos a negociar com ela, conseguindo obter um desconto. Foi necessário, para tal, realizar o acabamento do logótipo oficial do evento para envio da maquete para as canecas e encomendar as mesmas (Canecas personalizadas TimeToMkt). Foi ainda necessário ir buscar as canecas à própria empresa, de forma a obtê-las a tempo e horas.

Relativamente ao espaço do palco, fornecemos ainda a tombola para a realização dos sorteios, o microfone sem fios e os acessórios de som. Por último, o candeeiro fornecido pela

professora Beatriz Casais, que se prestou sempre disposta a ajudar. De ressaltar que estivemos envolvidos em toda a decoração do espaço do palco e no final as arrumações do mesmo.

No que toca ao espaço envolvente ao palco, procedemos a montagem e decoração do secretariado junto a entrada do anfiteatro. Também fomos nós a fornecer as fitas cuja organização estava a utilizar ao pescoço de forma a sermos facilmente identificados como staff do evento. Ainda realizamos a montagem do roll-up do patrocinador Signa e no final do evento, procedemos a desmontagem do mesmo.

### Outras Ações

Procedemos a realização dos inquéritos de avaliação, a sua impressão, entrega e recolha dos mesmos durante e no final do evento. E por fim, realizamos a análise do mesmo e retiramos algumas conclusões.

Tentativa de angariação de patrocínios durante duas tardes de forma a colmatar as despesas nas canecas. No entanto não conseguimos obter resultados satisfatórios.

Elaboração dos certificados de participação oferecidos aos oradores, realizamos também a sua impressão.

Procedemos ainda a idealização do sorteio, que se realizou durante o evento, desde o que havíamos de oferecer, até a forma como o deveríamos fazer e publicitar.

Realizamos ainda um requerimento e um orçamento fundamental para que o conselho pedagógico nos pudesse oferecer alguma material. Material esse que foi utilizado para contemplar os participantes da plateia e também oradores. Esse material, rondou as 120 capas, 5 pens, 10 blocos de notas, 70 canetas, folhas de papel. Após obtermos a aprovação por parte do pedagógico, realizamos a recolha dos materiais.

Requisitamos, ainda, sacos plásticos e canetas ao patrocinador Signa. Estes sacos e canetas foram utilizados na entrega das capas aos participantes da plateia, todo o material que sobrou após o evento foi devolvido.

Ainda durante o evento procedemos à receção de boas vindas à plateia e convidados. Verificamos a presença dos mesmos, recolhemos as suas assinaturas e acrescentamos ainda pessoas não inscritas à base de dados. Ainda na receção, entregamos os números respetivos ao sorteio e posteriormente realizamos os sorteios. Organizamos os kits de brindes, que foram entregues a todas as pessoas que assistiram ao evento. Eram constituídos por um saco plástico

da Signa, capa, uma folha branca, uma caneta, um inquérito de avaliação, uma fita, e por fim um panfleto da People 's Phone. Os kits foram entregues na receção.

A acrescentar, estivemos a ajudar na manutenção do som do palco, esporadicamente quando algo estava mal.

Por fim, e não menos importante, ajudamos todos os outros grupos a arrumar o espaço do evento para que tudo ficasse limpo e da forma como estava antes do evento começar.

## Conclusão

Este trabalho foi importante para todos os membros do grupo, aprendemos as diferentes ferramentas de comunicação de uma forma interativa e tivemos a oportunidade de organizar um evento e aprender a trabalhar em equipa com cordialidade entre grupos, porque isso foi essencial para o decorrer do projeto, uns não vivem sem os outros, se queremos algo bom, temos todos de rumar para o mesmo sentido.

Cremos que estivemos um pouco dependentes do grupo dos patrocínios e do grupo do evento, isto porque precisávamos de algum dinheiro caso quiséssemos fazer um bom merchandising e um bom marketing direto, haviam imensas ideias mas foram vetadas por falta de patrocínios, por isso optamos por ferramentas sem custos e apesar de não terem custos, cremos que foram muito bem aplicadas e aceites. Outra dificuldade enfrentada, foi o facto de só termos conhecimento dos oradores finais e do próprio cartaz a poucos dias da realização do evento, isto implicou que os convites fossem feitos em cima do acontecimento e o feedback esperado não tenha sido o melhor possível.

No entanto, na nossa opinião, obtivemos sucesso, porque conseguimos encher o auditório, tanto na primeira sessão como na segunda sessão e a melhor parte é que conseguimos reter o auditório até ao final de cada sessão, apesar de algumas pessoas na segunda sessão terem saído um pouco antes da realização do sorteio.

De ressaltar, que ficamos muito entusiasmados com todos os processos da organização do evento e neste momento sabemos que temos de trabalhar com os meios que estão disponíveis ao nosso alcance e ainda adaptarmo-nos as diferentes situações e problemas enfrentados e resolve-los no momento e num curto espaço de tempo.

## Anexos

**Anexo 1)** Contactos das empresas à qual enviamos os convites.

<http://www.aiminho.pt/montraassociados/>

<http://www.bragaempresas.pt/dirempresas/>

**Anexo 2)** Agradecimentos patrocinadores, docentes e alunos. O agradecimento feito a empresas será igual ao modelo para docentes.

Caro/a .....|

Escrevemos, em nome de todos os alunos do 2º ano da licenciatura em Marketing, para agradecer todo o apoio prestado que a empresa ..... facultou para que o evento Time To Marketing, realizado no passado dia 29 de Maio, na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, fosse possível de se tornar realidade. Foi um evento memorável para todos os intervenientes (organização, oradores, plateia, patrocinadores...) e com promessa de que será um evento cada vez mais importante e de destaque para a comunidade académica.

Ficamos na expectativa de poder contar com o vosso apoio para possíveis futuras intervenções. Desde já, desejamos a continuação de um bom trabalho e até uma próxima.

Com os melhores cumprimentos,

A organização do evento.

**Cara/o** Professor.....,

Escrevemos, em nome de todos os alunos do 2º ano da licenciatura em Marketing, para lhe agradecer a presença que tomou no evento Time To Marketing no passado dia 29 de Maio, na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, em virtude da representação da direção desta licenciatura. Foi um enorme prazer tê-lo/a entre nós e ter-lhe proporcionado um bom momento de marketing. Esperamos que tenha sido do seu agrado.

Ficamos na expectativa de poder contar com a sua presença para possíveis futuras intervenções. Desde já, desejamos a continuação de um bom trabalho e até uma próxima. Em anexo enviamos o certificado de participação.

Com os melhores cumprimentos,

A organização do evento.|



Cara/o aluna/o .....,

Escrevemos, em nome de todos os alunos do 2º ano da licenciatura em Marketing, para agradecer a presença que tomou no evento Time To Marketing no passado dia 29 de Maio, na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, em virtude da representação da direção desta licenciatura. Foi um enorme prazer ter-te entre nós e ter-te proporcionado um bom momento de marketing. Esperamos que tenha sido do teu agrado.

Ficamos na expectativa de poder contar com a tua presença para possíveis futuras intervenções. Desde já, desejamos a continuação de um bom ano letivo e até uma próxima. Em anexo enviamos o certificado de participação.

Com os melhores cumprimentos,

A organização do evento.

**Anexo 3) Certificado participação dos oradores, e plateia em geral.**



Universidade do Minho  
Escola de Economia e Gestão



### Certificado de Participação

**“TIME TO MARKETING” | 29 de maio 2014**

Certifica-se que \_\_\_\_\_ participou como orador no “TIME TO MARKETING”, no dia 29 de maio de 2014, organizado no âmbito da unidade Curricular de Comunicação de Marketing pelos alunos do 2º ano da Licenciatura de Marketing.

Universidade do Minho, 29 de maio de 2014

Pel’A Organização do Evento,

\_\_\_\_\_  
(Os alunos do 2º ano da Licenciatura de Marketing)



#### Anexo 4) Apêndice geral das tarefas realizadas.

##### Antes do evento:

- Redação e envio de convites para toda a base de dados da plateia do evento do ano anterior bem como para as empresas conceituadas da região do Minho.
- Envio de convites para toda a academia (docentes e alunos) via email institucional.
- Tentativa angariação de patrocínios durante duas tardes para cobertura de gastos.
- Encomenda de oferendas para os oradores (Canecas personalizadas TimeToMkt).
- Acabamento do logo oficial do evento para envio de maquete para as canecas.
- Realização dos inquéritos de avaliação e certificados de participação dos oradores.
- Requerimento e recolha de acessórios de participação pra plateia da EEG (120 capas, 5 pens, 60/70 canetas, 10 blocos de Nota).
- Idealização do sorteio realizado nas duas sessões do evento.
- Realização da folha de presenças e monitorização da base de dados das inscrições ao evento.
- Fornecimento de tómbola, microfone sem fio, e acessórios de som para o evento.
- Obtenção e montagem dos cadeirões no palco do auditório.
- Decoração do espaço de palco.
- Requisição e recolha de sacos plásticos pra plateia e fitas para o staff através de patrocinador signa.
- Realização de e-mail com o orçamento dos brindes para o conselho pedagógico.
- Colaboração com os restantes grupos do evento e reuniões de grupo.

Durante o evento:

- Receção de boas vindas à plateia/convidados.
- Verificação de presenças através das inscrições.
- Decoração do espaço do palco e respetiva montagem, montagem e decoração da mesa de receção aos convidados.
- Entrega dos brindes aos participantes.
- Colocação de roll-up patrocinador Signa.
- Organização dos kits de brindes a dar a cada membro da plateia.
- Ajustes esporádicos do som de palco
- Entrega dos números respetivos ao sorteio e posterior realização deste.
- Recolha de contactos dos inscritos e não inscritos para acrescentar à base de dados existente.
- Tarefas extras (...)

Após o evento:

- Recolha e entrega dos cadeirões ao patrocinador (Sporting de Braga).
- Ajuda nas arrumações.
- Recolha e avaliação dos inquéritos de avaliação.
- Atualização da base de dados.
- Envio dos agradecimentos e do certificado de participação aos presentes na plateia.
- Realização do relatório para o UC de Comunicação de Marketing.
- Tarefas extras (...)

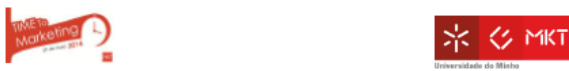
## Anexo 5) Folha de Presenças.

Nome	Sessão	Licenciatura		Contacto	Assinatura
Alexandra gomes	Workshop	marketing	Estudante		
Ana Carina P. Costa	Workshop	Mestrado em Ciências da Comunicação	Estudante		
Ana Gomes	Workshop	Marketing	Estudante		
Ana Gomes	Workshop	Marketing	Estudante		
Beatriz Fernandes	Workshop	Marketing	Estudante		
Carlos Ribeiro	Workshop	Marketing	Estudante		
Cláudia Pereira	Workshop	Marketing	Estudante		
Diogo Rodrigues	Workshop	Marketing	Estudante		
Eduardo Fernandes	Workshop	marketing	Estudante		
Joana Magalhães	Workshop	Marketing	Estudante		
Mariana Soares	Workshop	Marketing	Estudante		
Marta Silva	Workshop	Gestão	Estudante		
Renata Filipa Vidrigo Vieira	Workshop	Ciências da Comunicação	Estudante		
Sara Dias	Workshop	Marketing	Estudante		

Vânia Pinheiro	Workshop	Negócios Internacionais	Estudante		
a64487	Mesa Redonda	gestão	Estudante		
Adriana faria	Mesa Redonda	Marketing	Estudante		
André Laires	Mesa Redonda	Marketing	Estudante		
Mónica Vieira	Mesa Redonda	MIEMat	Estudante		
Raquel Silva	Mesa Redonda	Economia	Estudante		
Alexandra Araújo	Ambas	Gestão	Estudante		
Ana Lemos	Ambas	Negócios Internacionais	Estudante		
Ana Ramos	Ambas	ciências da comunicação	Estudante		
Ana Ribeiro	Ambas	Marketing	Estudante		
Anabela Marinho	Ambas	Economia	Estudante		
André Freitas	Ambas	Marketing	Estudante		
António Joaquim Oliveira	Ambas	Gestão	Estudante		
Beatriz Abreu	Ambas	Marketing	Estudante		
Beatriz Neto	Ambas	Marketing	Estudante		
Bruno Viana	Ambas	Marketing	Estudante		
Carla Barroso	Ambas	engenharia biologica	Estudante		
Carla Mesquita	Ambas	Marketing	Estudante		
Carla Silva	Ambas	Marketing	Estudante		
Carlos Leão	Ambas	Marketing	Estudante		
Carlos Silva	Ambas	Jornalismo	Estudante		
Carlos Silva	Ambas	Mkt	Estudante		
carolina miranda	Ambas	marketing	Estudante		
Catarina Oliveira	Ambas	Marketing	Estudante		
Cláudia Correia	Ambas	Marketing	Estudante		
Cláudia Fernandes	Ambas	Marketing	Estudante		
Daniela Pinto	Ambas	Marketing	Estudante		
Dany Beça	Ambas	Marketing	Estudante		
Diana Marques	Ambas	Marketing	Estudante		
Dinis Rodrigues	Ambas	Marketing	Estudante		
Diogo Almeida	Ambas	Marketing	Estudante		
Diogo Cortez	Ambas	Marketing	Estudante		
Domingos Fernandes	Ambas	Marketing	Estudante		
Eduarda Ferreira	Ambas	Marketing	Estudante		
Eduarda Lima	Ambas	Marketing	Estudante		
Eduardo Fernandes	Ambas	marketing	Estudante		
Fábio Ferreira	Ambas	Marketing	Estudante		
Fátima Maia	Ambas	Marketing	Estudante		
Filipa Gonçalves	Ambas	Marketing	Estudante		
Filipa Lobo	Ambas	Ciência Política	Estudante		
filipa pereira	Ambas	Marketing	Estudante		

francisca paiva	Ambas	mestrado em publicidade e relações publicas	Estudante		
Gabriel Batista	Ambas	Marketing	Estudante		
Gabriela Coelho	Ambas	Negócios Internacionais	Estudante		
Gisela Martins	Ambas	Marketing	Estudante		
Helena Gonçalves	Ambas	Marketing	Estudante		
Ilka Medrado	Ambas	Psicologia	Estudante		
Inês Domingues	Ambas	Marketing	Estudante		
Inês Viana	Ambas	Negócios Internacionais	Estudante		
Isilda Costeira	Ambas	Marketing	Estudante		
Joana Arandas	Ambas	Marketing	Estudante		
Joana Barbosa	Ambas	Marketing	Estudante		
Joana Carvalho	Ambas	Marketing	Estudante		
Joana de Oliveira	Ambas	Marketing	Estudante		
Joana Silva	Ambas	Marketing	Estudante		
João Ferreira	Ambas	Marketing	Estudante		
João Gomes	Ambas	Marketing	Estudante		
João Máximo	Ambas	Marketing	Estudante		
João Prata	Ambas		Estudante		
João Ribeiro	Ambas	Marketing	Estudante		
João Vilaça	Ambas	Negócios Internacionais	Estudante		
Joel Carvalho	Ambas	marketing	Estudante		
José Amorim	Ambas	Marketing	Estudante		
José Araújo	Ambas	Marketing	Estudante		
José Dias	Ambas	Educação	Estudante		
José Marques	Ambas	Marketing	Estudante		
José Rodrigues	Ambas	Marketing	Estudante		
Juliana Marques	Ambas	Marketing	Estudante		
Kátia Vasconcelos	Ambas	Marketing	Estudante		
Luísa Silva	Ambas	Marketing	Estudante		
Marcos Pereira	Ambas	Marketing	Estudante		
Maria Branco	Ambas	Marketing	Estudante		
Maria Fânzeres	Ambas	Relações Internacionais	Estudante		
Mariana Moreira	Ambas	Marketing	Estudante		
Mário Ferreira	Ambas	Marketing	Estudante		
Nuno Correa	Ambas	Marketing	Estudante		
Nuno Magalhães	Ambas	Mestrado Micro/nanotecnologias	Estudante		
Nuno Silva	Ambas	Negócios internacionais	Estudante		
Patricia Barbosa	Ambas	Administração Pública	Estudante		
Pedro Carvalho	Ambas	Negócios Internacionais	Estudante		
Pedro Fernandes	Ambas	Marketing	Estudante		
Rafaela Mendes	Ambas	Marketing	Estudante		
Raquel dias	Ambas	Marketing	Estudante		

Regina Cardoso	Ambas	Marketing	Estudante		
Renato de Oliveira	Ambas	Marketing	Estudante		
Rita Silva	Ambas	Marketing	Estudante		
Rosinaldo Lima	Ambas	Turismo	Estudante		
Sandra Salgado	Ambas	Marketing	Estudante		
Sandrina Silva	Ambas	Marketing	Estudante		
Sara Cruz	Ambas	marketing	Estudante		
Sara Mesquita	Ambas	Marketing	Estudante		
Sérgio Coutinho	Ambas	MIEGSI	Estudante		
Sofia Gomes	Ambas	Marketing	Estudante		
Sónia Coelho	Ambas	Marketing	Estudante		
Susana Barbosa	Ambas	Marketing	Estudante		
Teresa Martins	Ambas	Ciência Política	Estudante		
Tiago Ferreira	Ambas	Marketing	Estudante		
Elisabete Sá	Ambas		Docente		
Joaquim Silva	Mesa Redonda		Docente		
Moritz von Schwedler	Ambas		Docente		
Afonso Freitas	Ambas	Gestão	Empresário		
Andreia Mouta	Ambas		Empresário		
Augusto Machado	Ambas	MKT	Estudante, Empresário		
Clara Silva	Ambas		Empresário		
Fernando Silva	Ambas		Empresário		
Francisco Oliveira	Ambas	gestão de empresas	Empresário		
Jorge Ferreira	Mesa Redonda		Empresário		
Letícia	Ambas		Empresário		
Lucilene Gomes	Workshop		Empresário		
Marta Ferreira	Workshop		Empresário		
Miguel Novais	Workshop		Empresário		
Serafim Costa	Ambas		Empresário		



**“Time to Marketing”**  
Auditorium 0.01 - EEG  
29/05/14

**Avaliação das percepções**

**1ª SESSÃO | “Como aumentar a produtividade com ferramentas digitais?” por Vasco Marques**

**1. Quais as suas percepções sobre a forma como decorreu a actividade?**

1.1 Por favor indique o seu nível de concordância relativamente às afirmações.

	Discordo totalmente	Discordo	Concordo	Concordo totalmente
A actividade começou e acabou no horário previsto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O/a formador/a mostrou-se conhecedor dos assuntos abordados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O/a formador/a abordou os assuntos de forma organizada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O/a formador/a imprimiu dinâmica à sessão.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O/a formador/a envolveu todos os participantes na sessão.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Os assuntos abordados correspondiram ao tema anunciado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A sessão incluiu um número adequado de actividades práticas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A duração da actividade foi adequada aos objectivos propostos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ter participado nesta sessão será útil na minha vida profissional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ter participado nesta sessão será útil no meu percurso académico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Globalmente, fiquei satisfeito/a com a actividade.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recomendaria a participação nesta actividade aos meus colegas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fiquei com vontade de aprofundar esta matéria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**BALANÇO GERAL DO EVENTO**

**2. Considero que a participação nesta actividade contribuiu para eu:**

2.1 Por favor indique o seu nível de concordância relativamente às afirmações.

	Discordo totalmente	Discordo	Concordo	Concordo totalmente
Saber trabalhar com outras pessoas de forma mais eficaz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser capaz de aprender de forma autónoma.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser mais competente a comunicar as minhas ideias aos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desenvolver o meu potencial criativo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dominar ferramentas que me permitam resolver problemas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a minha capacidade de planear e organizar o meu trabalho.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser mais competente no uso de tecnologias e sistemas de informação.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saber procurar informação relevante e credível.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orientar o meu trabalho através da definição de objectivos e metas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lidar com conflitos interpessoais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identificar os meus pontos fortes e aqueles em que preciso de melhorar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Construir e usar uma rede de contactos útil na minha carreira.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A Organização do Evento,  
Os alunos do 2º ano da Licenciatura de Marketing.



**3. Considero que a participação nesta actividade me inspirou a:**

3.1 Por favor indique o seu nível de concordância relativamente às afirmações.

	Discordo totalmente	Discordo	Concordo	Concordo totalmente
Sentir-me mais motivado/a.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sentir menos receio das mudanças que possam ocorrer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Querer aprender coisas novas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sentir mais auto-confiança nas minhas capacidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ter mais vontade de assumir riscos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser mais tolerante relativamente aos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ter mais vontade de tomar a iniciativa e agarrar as oportunidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olhar para as coisas de forma mais crítica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser mais exigente consigo próprio e com os outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Considerar as implicações das minhas decisões do ponto de vista ético.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por-me no lugar dos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser mais persistente e não desistir à primeira.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4. Comentários**

4.1 Por favor identifique os pontos fortes e fracos desta actividade, ou faça os comentários que entenda pertinentes

A Organização do Evento,  
Os alunos do 2º ano da Licenciatura de Marketing.

Anexo 7) Bases de dados.

Adriana Couto	drianascouto@gmail.com		
Adriana faria	dikafgf@hotmail.com	A71219	Estudante
adriana ribeiro	adrianassribeiro@gmail.com		
Adrien Machado	adri_24.8@hotmail.com		
Afonso Freitas	afonso@creativecat.pt		Empresário
Alexandra Araújo	alexandra.araujo.91@gmail.com	57684	Estudante
Alexandra gomes	paula_gomes@live.com.pt	73393	Estudante
Ana Carina P. Costa	carinacosta16@hotmail.com	PG25827	Estudante
Ana Carolina Barroso Rodrigues Cardoso	carolina.rodrigues90@gmail.com		
Ana Daniela Vaz da Costa	anadaniela.vazcosta@gmail.com		
Ana Gomes	ana_gomesc@hotmail.com	A73107	Estudante
Ana Gomes	ana_gomesc@hotmail.com	A73107	Estudante
Ana Gomes	a54304@alunos.uminho.pt		
Ana Lemos	anita22lemos@gmail.com	A71618	Estudante
Ana Ramos	amargaridanr@gmail.com	PG22981	Estudante
Ana Ribeiro	anacnribeiro@gmail.com	A66994	Estudante
Ana Ribeiro	beatriz.ribeiro.vsc@hotmail.com		
Anabela Marinho	anabelacmarinho@gmail.com	a64246	Estudante
André Almeida	andretiagoalmeida.pt@gmail.com	PG24505	Estudante
André Costa	andrecosta.ac1@gmail.com		
André Freitas	andre28freitas@gmail.com	63637	Estudante
André Laires	andre_laires@yahoo.com	A34103	Estudante
Andreia	andreiavc@hotmail.com	a64487	Estudante
andreia machado	andreiamachado28@hotmail.com		
Andreia Mouta	andreiafmsm@gmail.com		Empresário
António Joaquim Oliveira	oliveira.antoniojoaquim@gmail.com	51996	Estudante



António Neves Apocalipse	antonio.neves.6@gmail.com tiago.jr.cunha@hotmail.com			Estudante,
Augusto Machado	augustofernandodasilvamachado@gmail.com	a72713		Empresário
Beatriz Abreu	beatriz.aabreu.28@gmail.com	70916		Estudante
Beatriz Casais	bcasais@eeg.uminho.pt			Docente
Beatriz Fernandes	beatrizlobof@gmail.com	A70994		Estudante
Beatriz Neto	beatrizaraujoneto@hotmail.com	A66967		Estudante
Bruno Viana	brunorfviana@gmail.com	a34006		Estudante
Carla Barroso	carla_pvb@hotmail.com	A70166		Estudante
Carla Mesquita	A66363@alunos.uminho.pt	A66363		Estudante
Carla Silva	cmargarida.rs@hotmail.com	66978		Estudante
Carlos Leão	carlosleao_17@hotmail.com	a70168		Estudante
Carlos Ribeiro	carlosmsmr@hotmail.com	71107		Estudante
Carlos Silva	carlosvsilva@me.com			Estudante
Carlos Silva	a61573@alunos.uminho.pt	61573		Estudante
carolina miranda	carolina_miranda_15@hotmail.com	a66983		Estudante
Catalina Giráldez	catalinagiraldezlinares@hotmail.com	E5396		Estudante
Catarina Oliveira Cátia Clemente Clara Paredes Castro	catarina.gmatias@hotmail.com catia-clemente@gmail.com claracastro@iol.pt	A72323		Estudante
Clara Silva	csilva@tecminho.uminho.pt			Empresário
Cláudia Correia	claudia.m31@hotmail.com	A71209		Estudante
Cláudia Fernandes Cláudia Oliveira	claudiadani95@hotmail.com c_oliveira@hotmail.com	A72926		Estudante
Cláudia Pereira Cris Machado Cristiano Lima	claudiapereira_94@hotmail.com cris1992627@hotmail.com crislima90@hotmail.com	A71258		Estudante
Daniel Mizrahi Daniela Moreira Barros	danimizrahi@hotmail.com a-nie__@hotmail.com			Estudante
Daniela Pinto	pintodaniela94@gmail.com	66968		Estudante

Dany Beça	dany_8_beca@hotmail.com	a73343	Estudante
Diana Marques	dimarx90@gmail.com	a55037	Estudante
Dinis Rodrigues	fcp_dinis@hotmail.com	72387	Estudante
Diogo Almeida	diogo.r.almeida5@gmail.com	A71593	Estudante
Diogo Cortez	diogocortez93@gmail.com	a66980	Estudante
Diogo Rodrigues Domingos	j.diogo1994@hotmail.com	70967	Estudante
Fernandes	mariano.fernandes87@gmail.com	69427	Estudante
Dulce Matos	dulce.m.matos@gmail.com		
Edgar Guilherme	wchua1@hotmail.com		
Eduarda Ferreira	edor_24531@hotmail.com	a66986	Estudante
Eduarda Lima	eduarda_lima@hotmail.com	66975	Estudante
Eduardo Fernandes	eduardoalves1993@hotmail.com	a70846	Estudante
Eduardo Silva	edd.ffls@gmail.com		
Elisabete Sá	elisampaio@eeg.uminho.pt		Docente
Fabiane Figarella	fabianefigarella@hotmail.com		
Fábio Ferreira	fabioandre_1990@hotmail.com	58338	Estudante
Fátima Maia	fandreia.maia@gmail.com	66988	Estudante
Fernando Silva	fernandoandrelino@gmail.com		Empresário
Filipa Gonçalves	filipagoncalves21@gmail.com	A70531	Estudante
Filipa Lobo	lobo_filipa@hotmail.com	63789	Estudante
filipa pereira	lipa_pereira.brg@hotmail.com	a63173	Estudante
Filipe Costa	filipecosta.90@gmail.com		
Oliveira	venga.filipe@gmail.com		
Filipe Teixeira			
francisca paiva	francisca.paiva91@gmail.com	pg22988	Estudante
Francisco Oliveira	franciscooliveirarush@gmail.com		Empresário
Gabriel Batista	gabrielcastrobatista91@gmail.com	A69722	Estudante
Gabriela Coelho	gabx_mc@hotmail.com	a63781	Estudante
Gisela	giselalves13@hotmail.com		
Gisela Martins	catarina_gi@hotmail.com	66990	Estudante
Helena	pg21102@alunos.uminho.pt		

Helena Gonçalves	helenaa.goncalves@gmail.com	A66993	Estudante
Hugo Correia	hugo.mlcorreia@gmail.com		
Ilka Medrado	ilkadayanne@yahoo.com.br		Estudante
Inês Domingues	nezita_10@hotmail.com	A72346	Estudante
Inês Viana	inesferreiraviana@gmail.com	A73214	Estudante
Isabel Ferraz	isapferraz@gmail.com		
Isilda Costeira	icosteira_13@hotmail.com	70436	Estudante
Jaime Manso	jaimemanso@gmail.com		
Joana Arandas	joanawolf_22@hotmail.com	A66995	Estudante
Joana Barbosa	joanamartinsb@hotmail.com	63799	Estudante
Joana Carvalho	joana.carvalho.12@hotmail.com	A66985	Estudante
Joana de Oliveira	joana.l.p.oliveira@gmail.com	2120404	Estudante
Joana Magalhães	joana-magalhaes@live.com.pt	a73040	Estudante
Joana Silva	juaninha_16_port@hotmail.com	a66992	Estudante
João	J.PP.R@HOTMAIL.COM		
João Ferreira	Joaoaferreira5@hotmail.com	A63641	Estudante
João Gomes	joaopedro-004@hotmail.com	65846	Estudante
João Máximo	joao_m2@hotmail.com	A66966	Estudante
João Oliveira	oliveiraz33@hotmail.com	a50840	Estudante
João Prata	prata-jp@hotmail.com		Estudante
João Ribeiro	zeee_msbv@hormail.com	A72710	Estudante
João Vilaça	vilacaunderscore@hotmail.com	60629	Estudante
Joaquim Silva	josilva@eeg.uminho.pt		Docente
Joel Carvalho	joel_carvalho8@hotmail.com	a70894	Estudante
Jorge	jorgearaujodias@hotmail.com		
Jorge Ferreira	j.jorgeferreira@hotmail.com		Empresário
José Amorim	Pitox1@live.com.pt	A61072	Estudante

José Araújo	araujo.ze13@hotmail.com	69759	Estudante
José Dias	joseantoniодias92@gmail.com	67199	Estudante
José Marques	josemarquesfcp@hotmail.com	a66976	Estudante
José Rodrigues	jcarlosr92@gmail.com	61800	Estudante
Juliana Marques	jukas_henriquesm@hotmail.com	66972	Estudante
Kátia Vasconcelos	katia_v3@hotmail.com	a63644	Estudante
Letícia	geral@signa.pt		Empresário
Lucilene Gomes	lucilene-ribeiro-gomes@hotmail.com		Empresário
Luís Martins	luis_martins1@hotmail.com		
Luís Ribeiro	lsferreiraa@hotmail.com	a57445	Estudante
Luísa Silva	luisa95silva@hotmail.com	A71918	Estudante
Manuel Sá	pyrodreamer20@gmail.com		
Mara Helena Dória	maradoria@gmail.com		
Márcia Daniela			
Fernandes de Sousa	daniela_sousa22@live.com.pt		
Marco Pinheiro	marco.psi.pinheiro@gmail.com		
Marcos Pereira	marcospereira11@gmail.com	A60288	Estudante
Maria	f.brancomaria@gmail.com	66970	Estudante
Maria Branco	f.brancomaria@gmail.com	66970	Estudante
Maria de Fátima			
Martins Passos			
Grandão	fatima.grandao@gmail.com		
Maria Fânzeres	mariafanzeres@sapo.pt	70203	Estudante
Maria Sangreman	sangreman.maria@gmail.com		
Mariana Cardoso	noqes_@hotmail.com		Estudante
Mariana Medeiros	mari.ines.medeiros7@gmail.com		
Mariana Moreira	marianateresamoreira@hotmail.com	55298	Estudante
Mariana Soares	1marianasoares@gmail.com	61258	Estudante
Mário Ferreira	filipeferreira1985@hotmail.com	a60294	Estudante
Mário Leite	maleite.cbc@gmail.com		
Marisa Dias	whatii@hotmail.com		
Marisa Queirós	marisa.queiros@gmail.com		
Marta Barbosa	Martajbarbosa.92@gmail.com		

Marta Ferreira	comunicacao@qualitividade.pt		Empresário
Marta Silva	martasilva.jrs@gmail.com	a67829	Estudante
Miguel Novais	miguel@matchupparty.com		Empresário
Mónica Vieira	monica_jjr@hotmail.com	a61924	Estudante
Moritz von Schwedler	mschwedler@eeg.uminho.pt		Docente
Nuno Correa	nunocoreia.esas@hotmail.com	70713	Estudante
Nuno Magalhães	silva.nunobranco@gmail.com	PG24123	Estudante
Nuno Silva	Nunocs7@gmail.com	72990	Estudante
Patricia Barbosa	patriciamartinsb@hotmail.com		Estudante
Paula Grenha	paulagrenha@gmail.com		
Paulo Oliveira	paulo.oliveiramkt@gmail.com		
Pedro Carvalho	pedro_carvalho26@hotmail.com	a67675	Estudante
Pedro Duarte	pedroduarte870@gmail.com		
Pedro Fernandes	pedruh_36@hotmail.com	A70568	Estudante
Priscila Daniela Carneiro Gomes	priscila_24_gomes@hotmail.com		
Rafaela Mendes	rafonamendes_17@hotmail.com	A70973	Estudante
Raquel dias	raquel-dias@live.com.pt	A67053	Estudante
Raquel Silva	raquelmosilva@hotmail.com	A70192	Estudante
Regina Cardoso	reginacardoso.eu@sapo.pt	a69426	Estudante
Renata Filipa Vidrigo Vieira	lipa_vidrigo@hotmail.com	Pg24724	Estudante
Renato de Oliveira	renato.dolive@gmail.com	a69720	Estudante
ricardo	snakerb@gmail.com		
Ricardo Branco	28.ricardobranco@gmail.com		
Rita	rajar3@hotmail.com		
Rita	ritinha20_zia@hotmail.com		
Rita Silva	ritaafsilva@hotmail.com	a66982	Estudante
Rosinaldo Lima	rosinaldol@msn.com	E5772	Estudante
Rui	Rui_Soares4@hotmail.com		
Sandra Salgado	sandraclsalgado@hotmail.com	a71670	Estudante
Sandrina Silva	sandrinasilva920@gmail.com	69562	Estudante
Sara Cruz	saraibcruz@gmail.com	a70700	Estudante
Sara Dias	sara.dias.1995@gmail.com	a71937	Estudante
Sara Mesquita	saracmmesquita@gmail.com	A53003	Estudante
Serafim Costa	serafimcosta_@hotmail.com		Empresário
sergio	sergizero@gmail.com		
Sérgio Coutinho	skouto@hotmail.com	66077	Estudante
Simão Afonso	a58531@alunos.uminho.pt		
Sofia Gomes	sofiagomes92@hotmail.com	a66989	Estudante
Sofia Malheiro	sofia.malheiro@hotmail.com		
Sofia Sousa	sofiasousa091@gmail.com		
Sónia Coelho	soniamncoelho@gmail.com	61438	Estudante
Soraia Pereira	soraiamgp7@gmail.com		
Susana Barbosa	susanabarbosa@guimasete.pt	a53703	Estudante
Teresa Martins	teresa_a5@hotmail.com	63793	Estudante
Tiago	tiago.mtr@hotmail.com		
Tiago	tiagofornelos@hotmail.com		
Tiago Ferreira	tiagoalexferreira14@gmail.com	66973	Estudante
Vanessa Gonçalves	vanessagoncalves094@gmail.com		
Vânia Pinheiro	a61387@alunos.uminho.pt	a61387	Estudante
Vinicius Silva	a65312@alunos.uminho.pt		

Vitor Frias      dofriascomurgencia@gmail.com  
Xavier Francisco      xavier.n.francisco@gmail.com

## Anexo 8) E-mail convite geral.

Convite Time to Marketing 2014 - 29 Maio

**Diogo Cortez** <diogocortez93@gmail.com>  
para geral

26/05 (há 7 dias)

Vimos da presente forma convidar a *Santa Cristina, Casa de Campo* a assistir e a participar no **Time to Marketing**, um evento a realizar no próximo dia **29 de Maio** pelas **16 horas** com duração a estender **até às 20 horas**, na Escola de Economia e Gestão da **Universidade do Minho (Auditório 1.01)**, em Gualtar, Braga.

Será um momento de reflexão e debate acerca da relevância do Marketing para as organizações e da importância do uso de ferramentas de Marketing desde as pequenas empresas até à dinâmica dos mercados globais.

Teremos um enorme gosto e prestígio em contar com a vossa presença pelo que peço, caso for do interesse a participação, que a inscrição se faça pela página oficial para o efeito ([Form. Google](#)) ou pelo contacto [934 858 887](tel:934858887) até ao dia **28 de Maio** (Quarta-Feira).

Em baixo encontra-se o cartaz do evento bem como outros locais a visitar para mais informações sobre o programa do evento.

+ info: [Facebook](#) | [Pág. Oficial do Evento](#).

Os melhores cumprimentos,  
A organização do evento,  
Diogo Cortez.



geral  
Adic. a círcs.  
Mostrar detalhes

## Anexo 9) E-mail pedido de patrocínio Signa.

Pedido de Orçamento

**Diogo Cortez** <diogocortez93@gmail.com>  
para marketing

13/05

Sou aluno do 2º ano de Marketing da Universidade do Minho e faço parte da organização de um evento a realizar no dia 29 de Maio na Universidade do Minho, uma espécie de Jornadas de Marketing, denominado por Time to marketing, que tem em vista dar a conhecer a importância do marketing atualmente. Desta forma teremos convidados de renome para discursar e palestrar.

O nosso propósito com este e-mail seria a obtenção de um orçamento para canecas que seriam oferecidas a esses convidados (que serão cerca de 4/5), canecas essas clássicas, pretas ou brancas, com um estampado com o nome e data do evento.

Devido ao reduzido budget disponibilizado para a organização do evento, gostaríamos de saber qual a vossa disponibilidade para nos patrocinar, apoiando-nos, assim, na realização deste pedido de forma ser mais viável para os custos gerais que este evento envolve.

De qualquer forma, se não for possível o patrocínio da vossa parte, gostaríamos, ainda assim, de obter um orçamento para as canecas requeridas.

Com a vossa compreensão,  
Diogo Cortez.

marketing  
Adic. a círcs.  
Mostrar detalhes

## Anexo 10) E-mail requerimento dos cadeirões.

Empréstimo cadeirões vermelhos - Evento Time to Marketing - Dia 26 de Maio

**Diogo Cortez** <diogocortez93@gmail.com>  
para mail

20/05 (há 13 dias)

Boa tarde,

Somos alunos do curso de Marketing da Universidade do Minho e estamos a organizar um evento, na mesma universidade, na Escola de Economia e Gestão, em Gualtar-Braga. O evento **"Time to Marketing"**, no dia 26 de Maio, visa abordar e dar a conhecer a importância do marketing para as empresas contemporâneas.

Pela edição anterior do evento, temos conhecimento que a vossa entidade nos emprestou alguns cadeirões vermelhos, que foram colocados em palco na tentativa de proporcionar um ambiente mais cómodo e agradável.

Desta forma, solicitamos a vossa contribuição nos mesmos parâmetros da edição anterior, e saber a possibilidade para nos emprestar de novo os cadeirões, sendo que as deslocações ficariam a nosso cargo.


Em troca, se quiserem poderemos facultar a publicidade nos nossos suportes publicitários.

Com a vossa compreensão,  
A organização do evento.

Geral SC Braga  
Adic. a círcs.  
Mostrar detalhes



Anexo 11) E-mail requerimento base dados a associação comercial.

**Diogo Cortez** <diogocortez93@gmail.com>  
para geral ▾

20/05 (há 13 dias) ☆ ↶ ▾

geral  
Adic. a círcs.  
✚ ✉ ▾  
[Mostrar detalhes](#)

Caro Dr. Rui Marques,

Somos alunos do curso de Marketing da Universidade do Minho e estamos a organizar um evento, na mesma universidade, na Escola de Economia e Gestão, em Gualtar-Braga. O evento *"Time to Marketing"*, no dia 26 de Maio, visa abordar e dar a conhecer a importância do marketing para as empresas contemporâneas.

O público-alvo da nossa plateia incide na administração de algumas empresas comerciais importantes da região do norte para assistirem a uma interessante conversa/debate entre alguns oradores confirmados tais como:

- Pedro Soeiro Dias - Dir. de Marketing da *Despomar*.
- Joel Nascimento - Loyalty Program Manager da *BP Portugal*.
- Susana Carvalho - Dir. de Marketing da *Unicer*.
- Bruno Ferreira - Consultor de Marketing da *QSP*.

Por confirmar:

- Miguel Oliveira - CEO da *Edigma*.
- Nuno Freitas - Responsável da *Spirito Cupcakes*.

Posto isto, vimos desta forma saber a sua disponibilidade para nos facultar uma base de dados com alguns contactos de responsáveis por algumas empresas que possivelmente estariam interessadas em assistir ao evento.

Desde já, agradecemos também contar com a sua presença ou demais outros responsáveis da Associação Comercial de Braga para acompanharem este evento.


Aguardámos com alguma brevidade a sua resposta, visto que o evento se realiza já na próxima semana.

Os melhores cumprimentos,  
Os organizadores do evento.

Anexo 12) E-mail pedido patrocínio as laskasas.

Pedido de Patrocínio - Universidade do Minho

Caixa de entrada x

**Diogo Cortez** <diogocortez93@gmail.com>  
para filipe ▾

21/05 (há 12 dias) ☆ ↶ ▾

filipe  
Adic. a círcs.  
✚ ✉ ▾  
[Mostrar detalhes](#)

Boa tarde,

somos alunos de Marketing da Universidade do Minho e estamos a organizar um evento, no dia 29 de Maio, que visa explicar a importância do Marketing para as empresas.


Desta forma estamos com dificuldade de financiamento para a comunicação do evento e estamos a tentar angariar patrocínios à troca de publicidade nos nossos meios de informação. Esse apoio poderia ser monetário ou ate mesmo com alguns cadeirões que necessitamos para um debate entre oradores como o diretor de marketing da Unicer, da Despomar, entre outros.

Esperamos brevidade na resposta, pois o evento se realiza ja na próxima semana.

Com a sua compreensão,  
A organização do evento.

Anexo 13) E-mail pedido de brindes a eeg pedagógico.

Requerimento de brindes e acessórios - Evento Jornadas de Marketing (29 de Maio)

**Diogo Cortez** <diogocortez93@gmail.com>  
para pedagogico ▾

22/05 (há 11 dias) ☆ ↶ ▾

eeg-pedagogico  
Adic. a círcs.  
✚ ✉ ▾  
[Mostrar detalhes](#)

Exmo. Senhor Professor Doutor Artur Rodrigues,  
Presidente do Conselho Pedagógico da EEG

Somos estudantes do 2º ano da licenciatura em Marketing e estamos no âmbito da unidade curricular Comunicação de Marketing, lecionada pela docente Beatriz Casais, a organizar o evento *Time to Marketing*, a realizar na EEG no dia 29 de Maio. O público-alvo da nossa plateia, além dos estudantes da UM, incide em técnicos de marketing, empresários da região do norte para assistirem a uma interessante conversa/debate entre alguns oradores. Contamos desde já com a sua presença no evento, na qualidade de presidente do Conselho Pedagógico da EEG, embora venha a receber muito em breve um convite específico para o efeito.

O motivo específico deste e-mail prende-se com o facto de no âmbito da organização da logística do evento, após conversa com a Diretora de Comunicação e Imagem da EEG, Dra. Luísa Araújo, termos sentido necessidade de algum apoio de brindes de suporte ao evento, bem como de apoio para suportar custos de comunicação. Assim, gostaríamos de saber da disponibilidade para cedência/financiamento de materiais:

- 200 capas, 200 pulseiras, 10 canetas e 10 blocos de notas.

Gostaríamos ainda de saber se existe alguma verba para apoio à impressão de **cartazes de grande dimensão do evento, flyers com o programa**, bem como os **diplomas de participação dos oradores/participantes**. Gostaríamos também de saber se seria possível fazer a impressão destes na universidade sendo este um evento académico e de interesse geral para a EEG. A nível de design e formatação destes suportes ficaria a nosso cargo.

Agradecendo desde já a atenção dispensada a este pedido,  
A organização do evento.

**Anexo 14)** Análise gerais dos inquéritos de avaliação do evento.

Num conjunto de 135 participantes, recolhemos um total de 65 inquéritos respondidos.

Relativamente à primeira sessão *“Como aumentar a produtividade com ferramentas digitais?”* por Vasco Marques, é de opinião geral que a actividade começou e acabou no horário previsto, embora 12 pessoas sejam de opinião contrária. Na avaliação do formador, um total de 5 pessoas não concordam que este tenha envolvido todos os participantes na sessão, estando isto relacionado o facto de 9 pessoas relevarem que a sessão não incluiu um número adequado de actividades práticas. Por outro lado, o decorrer do evento foi avaliado positivamente ao que diz respeito ao conhecimento e abordagem do formador, os assuntos abordados pelo mesmo corresponderem ao tema anunciado, a sessão ser muito útil no seu percurso académico e posteriormente na vida profissional, ficando assim, comumente, satisfeitos com a actividade, recomendando a participação na mesma aos colegas.

Em relação ao *Balanço Geral do Evento*, consideraram que a participação nesta actividade contribui para saber trabalhar mais eficazmente em equipa. No que concerne à contribuição para aprender de forma autónoma, ser mais competente a comunicar as ideias próprias, dominar ferramentas e orientar o seu trabalho de acordo com os seus objectivos e metas, foi avaliada de forma positiva, havendo uma discordância média de 7 pessoas por cada ponto. Entre as 65 respostas, são 15 pessoas que contradizem a boa avaliação da contribuição para identificar os pontos fortes e fracos a melhorar, por parte do evento, das restantes 50 pessoas. Dentro dos mesmos valores, está a contribuição para saber lidar com conflitos interpessoais.

Alusivo à inspiração que o evento forneceu aos participantes, as discordâncias foram mais evidentes, como por exemplo na tolerância relativamente aos outros e se colocar na perspectiva do outro com valores mais elevados, 22 pessoas. Por outro lado, inspirou os participantes a sentirem-se mais motivados, com menos receio das mudanças que possam ocorrer, mais autoconfiantes e com maior vontade de assumir riscos, ser tolerante relativamente aos outros, tornar-se mais persistente e ser mais crítico, havendo uma contrariedade, em média, de 11 pessoas. Avaliados muito positivamente estão os pontos de ambicionar aprender aspectos novos e possuir maior vontade tomar iniciativa e agarrar oportunidades.



Numa última avaliação, pedimos comentários no que respeita a pontos fortes e fracos ou pertinentes desta actividade. Como pontos fortes, foi apontada ser uma boa iniciativa e boa organização do evento, o facto de ter sido um evento interessante, inspirador e dinâmico, com uma boa comunicação. O tema do workshop e da mesa redonda foram considerados relevantes, tal como a percepção e o contacto com a realidade empresarial. Como pontos fracos, houve uma fraca interação com o público, um não cumprimento dos horários, sem grande evolução do evento *Jornadas de Marketing* de 2013, a Mesa Redonda foi considerada pouco motivante, refutando com o facto que deveria ter sido mais interactiva. Um comentário geral ao evento, foi não ter sido totalmente aproveitado, pois poderia ter sido mais completo.

Desta forma, podemos concluir que, de modo geral, o evento foi avaliado positivamente pelos presentes, pois os resultados foram bastante satisfatórios.

**Anexo 15)** Maquete das canecas.



**Anexo 16)** Imagens.





## Bibliografia

Manual “publicitor”