



Encontro Inter-regiões - Sul

Região Sul - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	01031
INSTITUIÇÃO	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
CAMPUS	CENTRAL
CIDADE	PORTO ALEGRE
UF	RS
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP03
TÍTULO	Diversidade no mercado de trabalho: a diferença como motor da inovação
ESTUDANTE-LÍDER	Gabriel dos Santos Ferreira
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	PUBLICIDADE E PROPAGANDA
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Alexsander Ramos de Camargo (PONTIFICIA UNIVERSIDADE CATOLICA DO RIO GRANDE DO SUL)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Projeto de campanha em publicidade e propaganda apresentado como trabalho de conclusão para a disciplina de Projeto de Campanha em Publicidade e Propaganda. O trabalho foi realizado para o cliente SAP, empresa de tecnologia e desenvolvimento de software, com foco em diversidade no mercado de trabalho. O objetivo de trabalho foi apresentar uma campanha publicitária que teve como principal foco atrair novos talentos para o mercado de trabalho buscando aumentar a diversidade no ambiente empresarial, corporativo e industrial. O projeto se insere em um contexto de uma empresa que já tem um amplo histórico de diversidade em seu ambiente corporativo, mas que deseja ampliar a consciência da importância da diversidade no mercado de trabalho para outras corporações.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Para a construção do trabalho foram utilizadas metodologias relacionadas à construção de uma campanha publicitária. A partir do briefing recebido pelo cliente, e de desk research realizada com o uso de ferramentas de busca na internet foi concebido um raciocínio básico, que congregou e organizou as principais informações e desafios propostos pelo cliente. A partir do raciocínio básico foi encontrado um problema que, a partir da técnica de brainstorming culminou no posicionamento e no conceito criativo da campanha. Estes, por sua vez, foram os responsáveis pela construção do plano de ação do projeto.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Para a concepção da campanha publicitária com foco no ambiente corporativo, em pessoas que procuram emprego, profissionais de RH e gestores de empresas, foram utilizadas técnicas e métodos como a desk research, para a obtenção dos dados; o brainstorming, para a geração de ideias; o planejamento publicitário, para a construção da estratégia da campanha; a redação publicitária, para a concepção dos textos das peças; e a direção de arte, para a construção gráfica das peças apresentadas na campanha. A partir disso, foram construídas as peças da campanha.