



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

DESIGN

José Ozorio Ortiz
TEKOA INFORMAÇÃO E
CONECTIVIDADE LTDA
03/01/2018 - 07/07/2018

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

Nome: Fernanda Spiller da Rosa

Matrícula: 14201973

Habilitação: Design

E-mail: fee_spiller@hotmail.com

Telefone: (49) 999293857

1.2 DADOS DO ESTÁGIO

Concedente: José Ozorio Ortiz

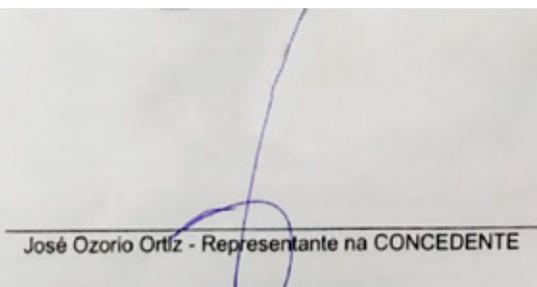
Período Previsto: 03/01/2018 - 02/07/2018

Período referente a este relatório: 03/01/2018 - 31/03/2018

Supervisor/Preceptor: Juliana dos Santos Kruger

Jornada Semanal/Horário: Das 08h30 às 14h30, 30h totais

Assinatura da concedente (ou representante):



José Ozorio Ortiz - Representante na CONCEDENTE

RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 1

1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

Objetivo do estágio: Ganhar experiência de mercado participando do dia-a-dia da empresa, colocar em prática conteúdos aprendidos em sala de aula, desenvolver habilidades em softwares de design gráfico como Adobe Photoshop, Illustrator e Indesign. E também aprender mais sobre a área de marketing digital.

Objeto(s) do estágio: Peças de comunicação, e-books, landing pages, e-mail marketing, layout de site, relatórios

Programa de atividades (PAE): Desenvolvimento de peças gráficas, como layout de sites, anúncios para campanhas de Google Adwords, posts sociais e e-mail marketing, entre outros. Auxílio no desenvolvimento de relatórios; Auxílio no desenvolvimento de pequenos textos para posts sociais e e-mails; Auxílio no planejamento estratégico de marketing digital.

1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

Resumo da situação da empresa em relação ao Design: A Tekoa acredita que para gerar as melhores experiências da empresa com o consumidor, a metodologia da empresa deve levar em consideração toda a jornada do cliente, com estratégias de marketing, vendas e relacionamento. Assim, a Tekoa tem como embasamento os pilares: Design, Inteligência de Dados e Tecnologia. Portanto, quando se fala em design, a Tekoa desenvolve soluções inteligentes, alinhadas às estratégias de negócio, para que seu cliente tenha a melhor experiência no ambiente digital. Assim, as ferramentas de design utilizadas pela Tekoa em sua metodologia são: design de serviços, a criação de personas e o balizamento da linguagem, UX (experiência do usuário e design de interação) e desenvolvimento e programação.

O que foi abordado no estágio: Conceitos de marketing digital e a melhor forma de aplicar esses conceitos em peças de mídias sociais, campanhas de mídia paga e em diagramações.

Atuação na área gráfica: Criação de peças para mídias sociais, conteúdos ricos, anúncios para campanhas de Google Adwords, layouts de email marketing, landing pages e sites.

Atuação na área informatizada (mídias): Os softwares utilizados foram: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e Adobe Indesign. Além de plataformas como o RD

Station, o Unbounce entre outros.

1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

Infra-estrutura física disponibilizada: Uma mesa grande, dividida com outros funcionários da empresa, notebook com a velocidade e memória adequados para uma rotina de trabalho muito satisfatória, monitor extra, o que deixou o trabalho mais dinâmico e cadeira confortável para ficar horas sentado.

A localização do Design na estrutura organizacional da empresa: No setor de marketign e mídias

O local, na estrutura organizacional da empresa, (diretoria, departamento, etc) onde foi realizado o estágio: Equipe de marketing.

Data do início do estágio: 03/01/2018

Data de encerramento do estágio: 02/07/2018

Carga horária diária: 6h

Horário diário do estágio (entrada e saída): 08h30 às 14h30

1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO

Nome: Júlio Monteiro Teixeira

Formação e cargo: Dr. em Engenharia de Produção, mestre em Gestão de Design e graduado em Design Gráfico pela UDESC. Professor da UFSC.

Contatos (telefone/e-mail): juliomontex@gmail.com

A seguir uma cópia do TCE e do PAE referente ao estágio



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

Pró-Reitoria de Graduação - PROGRAD
Departamento de Integração Acadêmica e Profissional

Prédio da Reitoria - Campus Prof. João David Ferreira Lima, Florianópolis - SC - Brasil, CEP 88040-900
Fone +55 (48) 3721-9446 - Fax +55 (48) 3721-9296 | www.reitoria.ufsc.br/estagio | estagioprog@reitoria.ufsc.br

TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 729260

O(A) **JOSE OZORIO GUARDINI ORTIZ - ME**, CNPJ 18.319.172/0001-98, doravante denominado(a) **CONCEDENTE**, representado(a) pelo(a) sr(a) **José Ozório Ortiz**, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ 83.899.526/0001-82, representada pelo(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof. (a) **Julio Monteiro Teixeira**, e o(a) estagiário(a) **Fernanda Spiller Da Rosa**, CPF 088.398.549-75, telefone 49999293857, e-mail **fee_spiller@hotmail.com**, regularmente matriculado(a) sob número **14201973** no Curso de **Design** na forma da Lei nº 11.788/08, da Resolução 014/CUn/11 e das normas do Curso, acertam o que segue:

- | | |
|--|--|
| Art. 1º: O presente Termo de Compromisso de Estágio (TCE), fundamentado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e no convênio firmado entre a CONCEDENTE e a UFSC em 17/01/2014 e vinculado à disciplina EGR719 . | Art. 7º: O(A) estagiário(a) deverá informar à unidade concedente em caso de abandono do curso. |
| Art. 2º: O(A) Prof. (a) Julio Monteiro Teixeira , da área a ser desenvolvida no estágio, atuará como orientador(a) para acompanhar e avaliar o cumprimento do Programa de Atividades de Estágio (PAE), definido em conformidade com a área de formação do(a) estagiário(a). | Art. 8º: O(A) CONCEDENTE pagará mensalmente ao(a) estagiário(a): Bolsa de R\$ 1000,00 e mensalmente o auxílio transporte de R\$ 150,00 . |
| Art. 3º: A jornada semanal de atividades será de 30 horas (com no máximo 6 horas diárias), a ser desenvolvida na CONCEDENTE , no(a) Equipe de Marketing, de 03/01/2016 a 02/07/2018 , respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) Juliana Dos Santos Kruger (088.926.389-82) . | Art. 9º O(A) estagiário(a) não terá, para quaisquer efeitos, vínculo empregatício com a CONCEDENTE , desde que observados os itens deste TCE. |
| Art. 4º: O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará segurado(a) contra acidentes pessoais pela apólice Nº 01820000838 da seguradora Gente Seguradora S.A. (CNPJ 99.180.605/0001-02) . | Art. 10º: O(A) estagiário(a) tem direito a 15 dias de recesso remunerado , a ser exercido durante o período de realização do estágio, preferencialmente durante férias escolares, em período(s) acordado(s) entre o(a) estagiário(a) e o(a) supervisor(a). Caso o estágio seja interrompido antes da data prevista, o número de dias será proporcional e deverá ser usufruído durante a vigência do TCE ou pago em pecúnia ao estudante após sua rescisão. |
| Art. 5º: O(A) estagiário(a) deverá elaborar relatório, conforme descrito no Projeto Pedagógico do Curso, devidamente aprovado e assinado pelas partes envolvidas. | Art. 11º: Caberá ao(a) estagiário(a) cumprir o estabelecido no PAE abaixo; conduzir-se com ética profissional; respeitar as normas da UFSC, respondendo por danos causados pela inobservância das mesmas, e submeter-se à avaliação de desempenho. |
| Art. 6º: O estágio poderá ser rescindido por uma das partes a qualquer tempo, através de Termo de Rescisão. | Art. 12º: As partes, em comum acordo, firmam o presente TCE em 4 vias de igual teor. |

PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 729260

Durante a vigência do TCE, o(a) estudante desenvolverá as seguintes atividades:

- Desenvolvimento de peças gráficas, como layout de sites, anúncios para campanhas de Google Adwords, posts sociais e e-mail marketing, entre outros. - Auxílio no desenvolvimento dejetônos. - Auxílio no desenvolvimento de pequenos textos para posts sociais e e-mails. - Auxílio no planejamento estratégico de marketing digital.

Local e Data:

Florianópolis, 08 de janeiro de 2018.

José Ozório Ortiz - Representante na CONCEDENTE

Julio Monteiro Teixeira - Coord. Estágios do Curso - UFSC e Prof. (a) Orientador(a)

Fernanda Spiller Da Rosa - Estagiário

Juliana Dos Santos Kruger - Supervisor(a) no local de Estágio

RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 2

2.1 QUADRO CONTENDO:

a) Cronograma com as atividades (projetos) nos quais houve a participação do estagiário (preferencialmente relacionando as datas ou períodos de realização);

b) Tarefas (estabelecidas no PAE) desempenhadas pelo estagiário em cada atividade (projeto) e as horas de trabalho para cumprimento de cada tarefa

c) Se necessário, uma relação complementar de atividades não relacionadas diretamente ao PAE que tenham consumido parcela de tempo representativa em relação à carga horária do estágio.

Semana/Mês	Atividade desenvolvida
1ª Semana/ JAN	Introdução ao ambiente da empresa, sua metodologia, seu <i>culture code</i> e aos clientes os quais as demandas eu iria atender.
2ª Semana/ JAN	Layout de site do cliente Prospecta.
3ª Semana/ JAN	<ul style="list-style-type: none">• Criação de peça social (facebook e instagram) para o cliente V.Office Treinamentos;• Criação de capa e avatares para facebook, linkedin e instagram do cliente Deepen;• Criação de peças para campanha display do cliente Customize Life;• Procurar e adequar o tamanho de imagens para blog posts dos clientes Água Mineral Santa Rita e Customize Life;• Criação de peça social (facebook e instagram) para cliente Customize Life;• Criação de peça social (facebook e instagram) para cliente Deepen.
4ª Semana/ JAN	<ul style="list-style-type: none">• Criação de peça social (facebook e instagram) para o cliente Customize Life;• Procurar e adequar o tamanho de imagens para blog posts dos clientes SC Imóveis e Link Lab;• Criação de peça social (facebook e instagram) para o cliente Radisson Hotel;

1ª Semana/FEV	<ul style="list-style-type: none"> • CTA para blog posts cliente Água Mineral Santa Rita; • Relatórios de novembro e dezembro de Analytics, Adwors e Redes Sociais (Instagram, Facebook e Twitter) dos clientes Água Mineral Santa Rita, Customize e V.Office.
2ª Semana/FEV	<ul style="list-style-type: none"> • Diagramação de material rico (e-book) para cliente SC Imóveis
3ª Semana/FEV	<ul style="list-style-type: none"> • Criar Apresentação Institucional da marca para cliente Deepen; • Criar layout de páginas para site do cliente Deepen, baseado em home já existente; • Peça para evento do Facebook TDC, para cliente V.Office
4ª Semana/FEV	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de landing page para cliente SC Imóveis (Portal dos Ingleses); • Criação de peças para campanha display do cliente Água Mineral Santa Rita
1ª Semana/MAR	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de peças de campanhas de instagram de março para o cliente Água Mineral Santa Rita; • Criação para peça social Dia do Consumidor para cliente Deepen • Peça para divulgação para redes sociais facebook e instagram cliente V.Office Treinamentos • Criação de peças sociais de março para cliente Deepen
2ª Semana/MAR	<ul style="list-style-type: none"> • Criação posts sociais de facebook e instagram de planejamento de março do cliente Alkasoft • Criação de peças sobre aniversário de Florianópolis para os clientes V.Office e SC Imóveis,
3ª Semana/MAR	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de peças sociais de Páscoa para os clientes SC Imóveis, Deepen e Customize • Criação de peça social para cliente Customize Life • Criação de stories de Instagram para cliente Água Mineral Santa Rita
4ª Semana/MAR	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de peças sociais do planejamento de Abril para o cliente Deepen; • Criação de peças sociais do planejamento de Abril para o cliente BMT Brasil; • Criação de peças para campanha display para cliente Água Mineral Santa Rita; • Desenvolvimento de e-mail marketing para cliente Customize Life.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 1:

CLIENTE PROSPECTA TALENTOS: Empresa de hunting de talentos para o mercado

Briefing: Layout de site.

Público-alvo: Pessoas que buscam por funcionários adequados para suas empresas, assim como pessoas que procuram espaço no mercado de trabalho.



Página de vagas oferecidas



Detalhamento da vaga

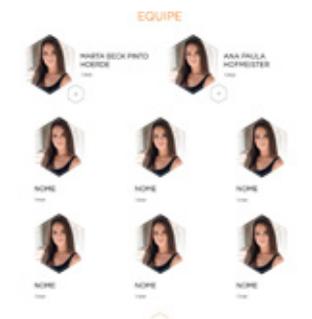


Imagem 4 e 5: Banners da home



A partir de sua metodologia de hunting, a Prospecta realiza executive search, oferecendo aos seus clientes os melhores resultados quanto à contratação de profissionais estratégicos, incluindo processos de gestão e de associações, e assume o desafio de encontrar o perfil mais adequado para a necessidade em questão, atendendo às ambições de seus clientes.



Página de serviços 1

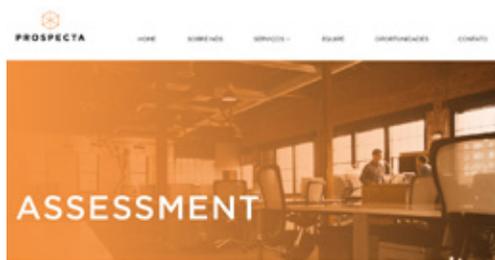
Home do site



MAPEAMENTO DE MERCADO

A Prospecta oferece o Mapeamento Estratégico do Mercado, através da análise de estruturas organizacionais e perfis profissionais nos nichos de interesse de seus clientes.

METODOLOGIA



ASSESSMENT

A Prospecta avalia o perfil dos profissionais a partir de técnicas e instrumentos, em sintonia com os processos do cliente, conduzindo a um diagnóstico de potencial preciso e acurado. Este produto pode estar atrelado ao hiring ou ser utilizado a fim de apoiar outros processos, como estabelecer métricas para avaliar o desempenho dos colaboradores, medir a clima organizacional e criar planos de carreira.

METODOLOGIA



FALE COM A PROSPECTA

AVENIDA LUZ MANUEL GONZAGA, 450
CONJ. 204, PETROPOLIS
PORTO ALEGRE, RS, BRASIL
CEP 90470-280

prospecta@prospectatalentos.com.br
(51) 3338 2002



FALE COM A PROSPECTA

AVENIDA LUZ MANUEL GONZAGA, 450
CONJ. 204, PETROPOLIS
PORTO ALEGRE, RS, BRASIL
CEP 90470-280

prospecta@prospectatalentos.com.br
(51) 3338 2002



Página de serviços 2

Página de serviços 3

Descrição:

Parte do escopo do cliente Prospecta Talentos envolvia o desenvolvimento do seu site institucional, fiz o layout de seis telas para o site, sendo elas: a home, três páginas de serviços e duas referente às vagas de emprego oferecidas pelas empresas contratantes da Prospecta. O layout foi feito baseado no briefing dado pelo cliente, deixar o site sóbrio, se utilizando de todo o manual de marca dado pelo cliente, com os códigos das cores da marca e melhor uso para seu logotipo. Ser um site com poucas páginas, institucional, com espaço para futuras vagas de emprego oferecidas por clientes da Prospecta. Nas imagens acima também estão outros banners feitos para página home, que seriam trocados no formato carrossel.

a) AÇÃO 2:

CLIENTE ÁGUA SANTA RITA: A Água Mineral Santa Rita é uma empresa de água mineral e sua fábrica fica no município de Rancho Queimado, tem como missão “Compartilhar saúde, entregando às pessoas água mineral com qualidade da origem”, e a visão de “Ser reconhecida como a melhor empresa nacional no ramo de Água Mineral Natural, por sua excelência nos processos e produtos.

Briefing: Artes para campanhas de Google Adwords e mídias pagas, CTAs para blog posts.

Público-alvo: Pessoas que buscam ser revendedores de sua água e também pessoas que valorizam a saúde e praticam esportes.



Campanha Display de Google Adwords adequada a tamanhos específicos para esse tipo de campanha, direcionando à página de contato da Santa Rita. Arte desenvolvida com o intuito de reforçar o slogan da marca.



**ÁGUA COM GÁS:
MITOS E VERDADES**

SAIBA MAIS



**ÁGUA COM GÁS:
MITOS E VERDADES**

SAIBA MAIS



**ÁGUA COM GÁS:
MITOS E VERDADES**

SAIBA MAIS



ÁGUA COM GÁS: MITOS E VERDADES

SAIBA MAIS

Campanha Display de Google Adwords adequada a tamanhos específicos para esse tipo de campanha, direcionando ao blog post sobre os mitos e as verdades sobre a água com gás. Na arte, o botão é um CTA (ou call to action), que serve como um indicativo de que você pode clicar nesse anúncio para ler o blog post na íntegra. A cor do botão foi uma escolha devido ao grande contraste com o fundo e foi feito com as bordas arredondadas para ser mais atrativo ao público.

**HIDRATAÇÃO PARA
BEBÊS E CRIANÇAS:
QUAL A QUANTIDADE
IDEAL POR IDADE**

SAIBA MAIS



**SANTA
RITA**

**HIDRATAÇÃO PARA
BEBÊS E CRIANÇAS:
QUAL A QUANTIDADE
IDEAL POR IDADE**

SAIBA MAIS



**SANTA
RITA**

**HIDRATAÇÃO PARA BEBÊS E CRIANÇAS:
QUAL A QUANTIDADE IDEAL POR IDADE**

SAIBA MAIS



**SANTA
RITA**

**HIDRATAÇÃO PARA BEBÊS E CRIANÇAS:
QUAL A QUANTIDADE IDEAL POR IDADE**

SAIBA MAIS



Essencial Natural
**SANTA
RITA**

**BEBER ÁGUA EMAGRECE?
CONFIRA SE A AFIRMAÇÃO
É MITO OU VERDADE**

SAIBA MAIS



Essencial Natural
**SANTA
RITA**

**BEBER ÁGUA EMAGRECE?
CONFIRA SE A AFIRMAÇÃO
É MITO OU VERDADE**

SAIBA MAIS



Essencial Natural
**SANTA
RITA**

**BEBER ÁGUA EMAGRECE?
CONFIRA SE A AFIRMAÇÃO É
MITO OU VERDADE**

SAIBA MAIS



Essencial Natural
**SANTA
RITA**

**BEBER ÁGUA EMAGRECE?
CONFIRA SE A AFIRMAÇÃO É MITO OU VERDADE**

SAIBA MAIS



Essencial Natural
**SANTA
RITA**



Outras três campanhas display de Google Adwords adequadas a tamanhos específicos para esse tipo de campanha, direcionadas a outros três blog posts.

Água Mineral Natural
SANTA RITA

MATERIAL GRATUITO:
10 doenças que podem ser prevenidas bebendo água

This advertisement features a woman in profile drinking from a clear plastic water bottle. The background is a soft-focus green, suggesting an outdoor setting. A tablet is positioned in the upper right, displaying an infographic titled "10 doenças que podem ser prevenidas bebendo água". The infographic includes a map of Brazil and a list of diseases. The Santa Rita logo is in the bottom left corner.

Água Mineral Natural
SANTA RITA

MATERIAL GRATUITO:
10 doenças que podem ser prevenidas bebendo água

This advertisement shows a woman pouring water from a clear plastic bottle into a glass. The background is a soft-focus green. A tablet is positioned in the lower left, displaying the same infographic as the first ad. The Santa Rita logo is in the top right corner.

Artes feitas para publicações de campanha de Facebook, para a mesma campanha, direcionando ao formulário para baixar o infográfico “10 doenças que podem ser prevenidas bebendo água”. Foram feitas duas artes para teste de qual delas teria o melhor desempenho na web.



**VEJA AQUI COMO ALIVIAR O ESTRESSE
E TER MAIS QUALIDADE DE VIDA**

SAIBA MAIS



**CONHEÇA APLICATIVOS QUE
AJUDAM A BEBER MAIS ÁGUA**

SAIBA MAIS



**O QUE É MELHOR PARA A SAÚDE: ÁGUA
GELADA OU EM TEMPERATURA AMBIENTE?**

SAIBA MAIS



**SAIBA A IMPORTÂNCIA DE BEBER
ÁGUA PARA O CORPO HUMANO**

SAIBA MAIS



**SAIBA QUAL A QUANTIDADE DE
ÁGUA IDEAL PARA BEBÊS E CRIANÇAS**

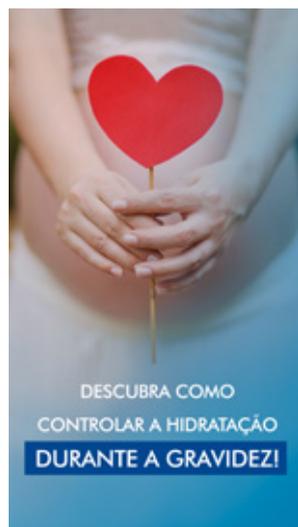
SAIBA MAIS



**COMO INCLUIR HÁBITOS
SAUDÁVEIS À SUA ROTINA**

SAIBA MAIS

CTAs feitas para serem adicionadas ao final de blog posts, direcionando para outros blog posts relacionados. Também feitos com botões brancos e cantos arredondados.



Campanhas para stories do Instagram, direcionadas a blog posts, ou com a intenção de chamar atenção para a marca Santa Rita. As peças 2 e 4 foram feitas com gifs em movimento, pequenos vídeos viralizados na internet, utilizados para aproximar marca Santa Rita dos seus clientes.

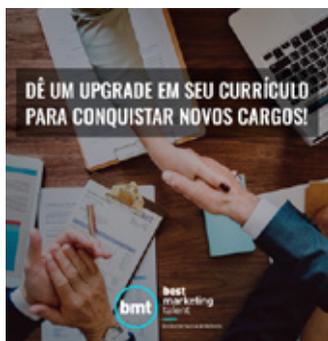
Descrição: O escopo do cliente Água Mineral Santa Rita se trata de Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blogpost e campanhas em mídias pagas, além de outras estratégias visando atrair o interesse das pessoas à marca Água Mineral Santa Rita. Assim, com um site já existente e boas referências de peças sociais, fiquei responsável pelas artes visualizadas anteriormente.

a) AÇÃO 3:

CLIENTE BEST MARKETING TALENT BRASIL: A Best Marketing Talent é uma escola internacional de marketing digital que oferece cursos como “Maratona de certificação Google”, “Marketing e vendas no Facebook e Instagram”, “Curso de Youtube ADS” e “Curso de Google Analytics”. A BMT desenvolve para Google Inc desde 2008 e 2012 os conteúdos oficiais de certificação em Google Adwords e Google Analytics e seus consultores tem uma ampla experiência na implementação de campanhas Google Adwords e Youtube, onde administraram mais de 8 milhões de dólares.

Briefing: Artes para mídias sociais

Público-alvo: Empresários, agências ou profissionais de marketing.





bmt best marketing talent
Especialistas em Marketing

VOCÊ SABE QUAL A IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO GOOGLE PARTNER?



bmt best marketing talent
Especialistas em Marketing

VOCÊ SABE QUAL A IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO GOOGLE PARTNER?



APROVEITE A PÁSCOA PARA VENDER MAIS!

bmt best marketing talent
Especialistas em Marketing



APROVEITE A PÁSCOA PARA VENDER MAIS!

bmt best marketing talent
Especialistas em Marketing



bmt best marketing talent
Especialistas em Marketing

QUE TAL MARATONAR PARA SE DESTACAR NO MERCADO DE TRABALHO?



bmt best marketing talent
Especialistas em Marketing

QUE TAL MARATONAR PARA SE DESTACAR NO MERCADO DE TRABALHO?



Peças feitas para as mídias sociais Facebook e Instagram. A identidade da BMT é bem contrastante pois utiliza o roxo escuro ou o preto juntamente com o azul claro, assim, alinhando com a sua fonte institucional, fiz as peças buscando trazer sempre a ideia de tecnologia e inovação, deixando-as mais clean, sem o uso de gradientes.

Descrição: O escopo da BMT se trata de Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blogpost e campanhas em mídias pagas, além de outras estratégias visando atrair o interesse das pessoas à marca e aos cursos da BMT Brasil. Por ser um cliente novo, iniciamos com peças de Facebook e Instagram, que foram as artes que fiquei responsável, alinhando suas peças de mídias com a identidade visual do seu site.

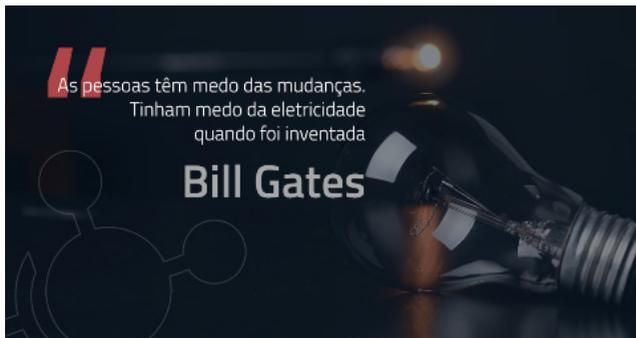
a) AÇÃO 4:

CLIENTE CUSTOMIZE LIFE: A Customize é uma empresa referência em desenvolvimento de próteses anatômicas personalizadas, referência em inovação tecnológica na área da saúde.

A empresa Customize conta com um corpo técnico multidisciplinar composto por engenheiros biomédicos e programadores capacitados no planejamento, produção, esterilização e envio dos materiais personalizados.

Briefing: Artes para campanhas de Google Adwords, mídias sociais e e-mail marketing.

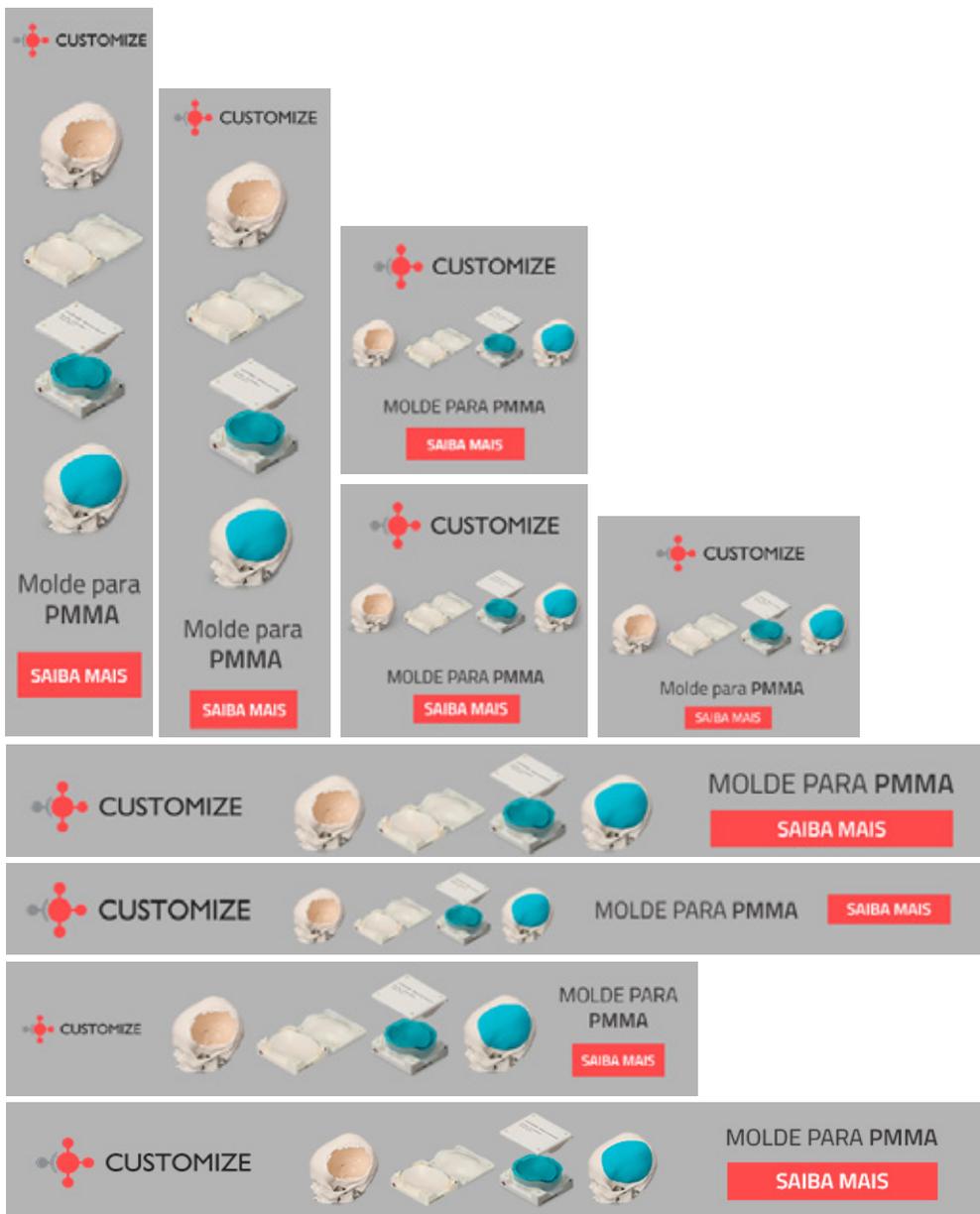
Público-alvo: Pacientes que sofrem problemas traumáticos ou patológicos e que procuram restaurar sua qualidade de vida e autoestima bem como auxiliar especialistas em medicina e odontologia





Algumas peças de Facebook e Instagram para o cliente Customize Life. As primeiras peças feitas para a Customize foram feitas fazendo bastante uso do filtro preto bem aparente, pois seguiam as referências de posts anteriores, mas com o tempo o cliente quis mudar a maneira de se comunicar, por ser uma empresa da área da saúde, quis passar a deixar o filtro muito escuro de lado e utilizar fotos mais coloridas para suas peças. Como pode ser visto a cima, as duas primeiras peças foram feitas no início e as duas últimas depois desse pedido feito pelo cliente.

Descrição: O escopo desse cliente se trata de Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blogpost e campanhas em mídias pagas, além de outras estratégias visando atrair o interesse das pessoas à empresa Customize. Assim, fiquei responsável pelas peças anteriormente apresentadas.



Campanha Display de Google Adwords adequada a tamanhos específicos para esse tipo de campanha, direcionando ao site da Customize

MOLDE CUSTOMIZADO PARA PMMA

Com excelente custo-benefício, o molde para modelagem de calota craniana em cimento ósseo acrílico PMMA (polimetilmetacrilato) é produzido em material biocompatível e altamente resistente a temperatura, o que possibilita a esterilização por autoclave. A modelagem da prótese é realizada no ambiente cirúrgico, conferindo mais agilidade e precisão ao procedimento.



[VISTE O SITE](#)

BENEFÍCIOS E FUNCIONALIDADES

MELHOR CUSTO BENEFÍCIO

Próteses de PMMA combinam agilidade na produção e custos acessíveis.

PROCESSO TRADICIONAL

ENCAIXE PERFEITO

Molde que resulta em uma prótese com encaixe perfeito no crânio do paciente.

MODELAGEM

Molde em PA2200, nylon de alta performance, biocompatível e autoclavável. Utilizado para modelar próteses de cimento ósseo em centro cirúrgico.

RADIOPACO

O PMMA possibilita exames radiológicos para monitoramento e checagem no pós-operatório.



Saiba mais sobre medicina personalizada, saúde e prevenção.

[CONHEÇA O NOSSO BLOG](#)



Rua do Albatroz, 204 - B, Pedra Branca
Palhoça - Santa Catarina

+55 (48) 3028-1702
+55 (48) 99954-0682

sales@customize.life

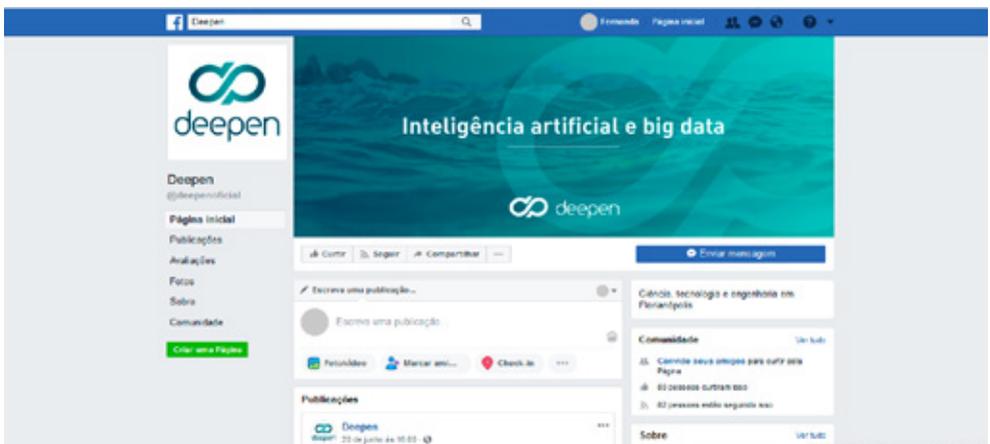
E-mail marketing para o cliente Customize feito com foco para o molde de PMMA utilizado pela empresa, que são os moldes mais acessíveis.

a) AÇÃO 5:

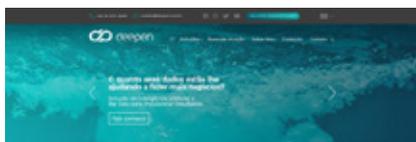
CLIENTE DEEPEN: A Deepen é uma empresa de tecnologia focada no aprofundamento da análise de dados, otimizando a transformação de negócios em data-driven, voltada principalmente para previsibilidade e uso da inteligência artificial.

Briefing: Layout para site baseado em home já existente, artes para mídias sociais, avatares e capas de Facebook, Instagram e LinkedIn.

Público-alvo: Empresas das áreas de franquias/varejo, educação, imobiliário, marketing e saúde



Capa e avatar de Facebook e LinkedIn



Home do site



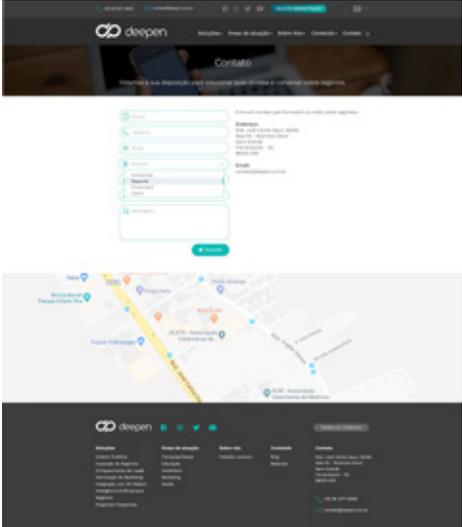
Página de blog



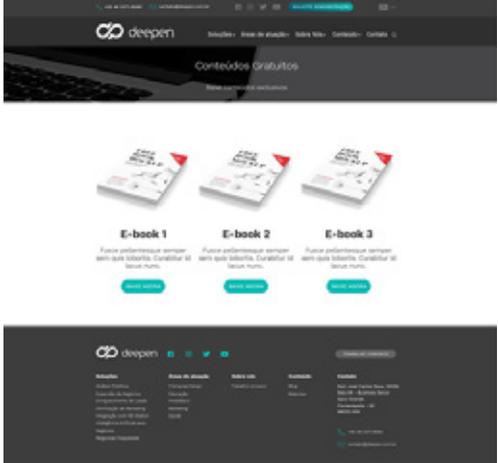
Página de vagas de emprego oferecidas



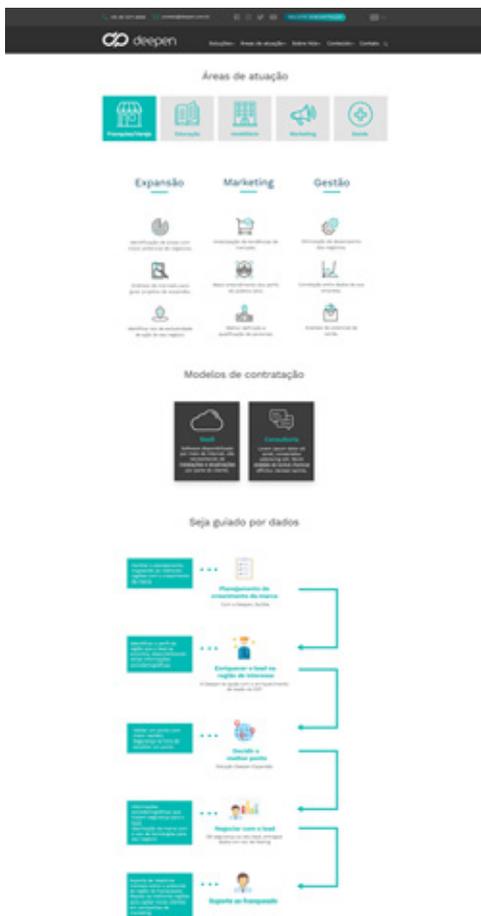
Página de vaga detalhada



Página de contato



Página de conteúdos rico



Página Área de atuação: Educação



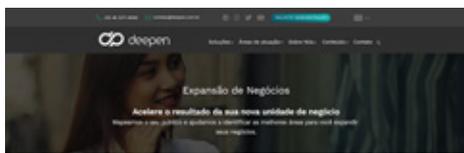
Página Área de atuação: Franquias/Varejo



Página Soluções: Análise Preditiva



Página Soluções: Enriquecimento de leads e lead scoring



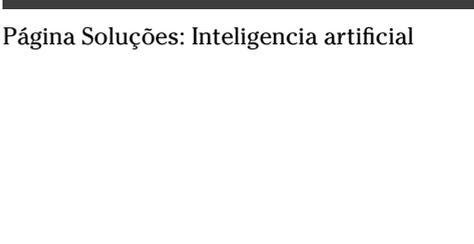
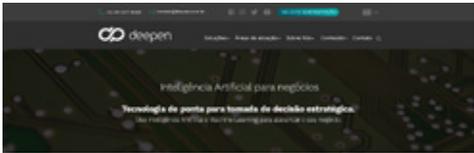
Página Soluções: Expansão de negócios



Página Soluções: Integração com RD Station



Página Soluções: Otimização de marketing



Página Soluções: Inteligencia artificial

Descrição: Parte do escopo do cliente Deepen envolvia o desenvolvimento do seu site institucional e com o manual da nova marca contendo os códigos das cores e fontes institucionais, fiz o layout de doze telas para o site, com a Home já existente sendo elas: duas páginas de áreas de atuação, seis de soluções, duas de vagas de emprego, uma de blog, contato e mais uma de conteúdo rico. O layout foi feito baseado no briefing dado pelo cliente, um site explicativo e com ícones, como foi visualizado anteriormente.



Nova oportunidade para o comércio

15 de março
Dia do Consumidor

deepen

Nova oportunidade para o comércio

15 de março
Dia do Consumidor

deepen

ENCONTRE. FIDELIZE.

Cada cliente é único.

deepen

ENCONTRE. FIDELIZE.

Cada cliente é único.

deepen

91%

das franquias pesquisadas investiram em inovação

50,7%

das redes participantes do estudo tiveram participação no mercado ampliada

43,1%

das redes aumentaram sua rentabilidade

deepen

91%

das franquias pesquisadas investiram em inovação

50,7%

das redes participantes do estudo tiveram participação no mercado ampliada

43,1%

das redes aumentaram sua rentabilidade

deepen

01 de Abril de 2018
Feliz Páscoa!

01 de Abril de 2018
Feliz Páscoa!



Algumas peças de Facebook e Instagram feitos para o cliente Deepen, seguindo sua identidade visual e dando bastante ênfase nas cores da sua marca.

A G4D agora é Deepen.

Mudar é preciso. E nós mudamos para trazer ainda mais inovação e soluções inteligentes para o seu negócio.

Big Data Inteligência Artificial Machine Learning

Vem novidade por aí. Aguardem!

deepen

A Deepen foi um cliente novo, que tinha acabado de passar por um redesign de sua marca (G4D para Deepen). Essa arte foi feita para anunciar a mudança pelo Facebook



ONDE ATUAMOS



Big Data

Grandes volumes de dados são organizados, analisados e interpretados com maior facilidade e precisão.

BEST AREAS

Para encontrar as **Best Areas** definimos o número de áreas que se deseja buscar, o raio máximo (km) desejado para cada área e as variáveis que se deseja analisar. Definidos estes itens, o Deepen detecta as regiões onde há concentração de pessoas com o perfil desejado, ou seja, as **Best Areas**.



QUEM SOMOS

A Deepen surgiu a partir da aplicação de estratégias e tecnologias desenvolvidas pela empresa PathSoft na área de jogos eletrônicos e na área de visualização interativa de dados.

Somos uma solução voltada à **análise de dados**. Nosso principal objetivo é **resolução de problemas e tomadas de decisão** para questões como: análise preditiva, expansão de negócios, entendimento de leads, estratégia de marketing e outras.

RECONHECIMENTO

LINKLAB
IGATE

INOVATIVA
BRASIL

O QUE FAZEMOS

A Deepen simplifica o processo de **análise de grandes volumes de dados**, possibilitando que as empresas possam realizar análises sobre seus dados cruzando-os com dados oriundos de mais diversas fontes. E com isso possuem embasamento para tomada de suas decisões estratégicas.



Big Data



Inteligência artificial



Machine Learning



Análise Preditiva

MODELO COMERCIAL



Solução SaaS

Consultoria
Implementação
Solução SaaS



Consultoria para expansão

Análise aprofundada do cenário, das necessidades e das soluções possíveis, de acordo com as especificidades de cada segmento.



Consultoria técnica

Análise dos processos, com foco nos dados da empresa e correlação com os dados de mercado.
- análise preditiva (análise de vendas)

NOSSAS VANTAGENS



MELHOR PRECISÃO DE DADOS



MELHOR APROVEITAMENTO DE RECURSOS



AUMENTO DA PRODUTIVIDADE



QUARTA VANTAGEM



- Tipo de análise preditiva**
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur hendrerit definitionem te vix, et diamque nonumy bonorum cum.
- Tipo de análise preditiva**
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur hendrerit definitionem te vix, et diamque nonumy bonorum cum.
- Tipo de análise preditiva**
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur hendrerit definitionem te vix, et diamque nonumy bonorum cum.
- Tipo de análise preditiva**
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur hendrerit definitionem te vix, et diamque nonumy bonorum cum.

DIFICULDADES
Saúde

- Prever qual a área de doenças novas que sua carteira pode vir a ter.**
- Prever o custo que essas novas doenças vão gerar na sua carteira.**
- Prever a probabilidade de adocamento dos usuários.**
- Prever qual a área de novas doenças críticas na carteira, onde não sejam tomadas as medidas preventivas.**

BI DE SAÚDE

Nossa equipe de cliente e a equipe de especialistas trabalham em conjunto. Compreendendo os desafios e buscando respostas a necessidades latentes.

- PASSO 1**
Compreendemos os desafios
- PASSO 2**
Definimos e analisamos os dados
- PASSO 3**
Construímos e analisamos o painel de saúde
- PASSO 4**
Disponibilizamos plataforma BI e análises do cenário atual
- PASSO 5**
Mostramos o que você tem que fazer

CLIENTES

Escola Tênis, ROCKFELLER, restaura JEREMIAS, BARBEARIA VIP, STUDIO MORAIS

Obrigado

Entre em contato conosco:
roberta@deepen.com.br
 (48) 3371-8060
 (48) 99135-2091

Parte do escopo desse cliente era fazer uma apresentação institucional da sua marca e do que ela oferece, a cima algumas tela dessa apresentação.

Descrição: O escopo da empresa Deepen se trata do layout do site e também Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blogpost e campanhas em mídias pagas, além de outras estratégias visando atrair o interesse das pessoas à empresa Deepen. Assim, fiquei responsável pelas peças visualizadas anteriormente.

a) AÇÃO 6:

CLIENTE ALKASOFT: A Alkasoft é uma empresa que investe na pesquisa e no desenvolvimento de soluções tecnológicas aplicáveis à área jurídica principalmente direcionadas aos segmentos de advocacia, cartórios e marcas.

Briefing: Artes para mídias sociais.

Público-alvo: Advocacias, cartórios e marcas.





Algumas peças de Facebook e Instagram do cliente Alkasoft, seguindo sua identidade visual e tendo como referência seu site.

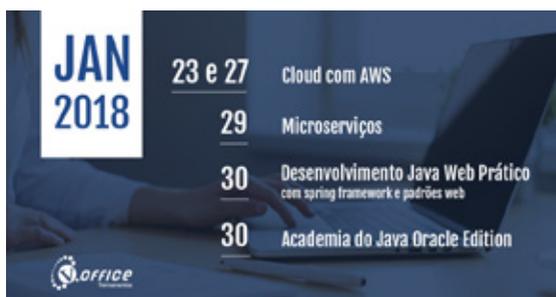
Descrição: O escopo desse cliente se trata de Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blogpost e campanhas em mídias pagas, além de outras estratégias visando atrair o interesse das pessoas à empresa Alkasoft e seus softwares. Para esse cliente fiquei responsável pelas peças de Facebook e Instagram do planejamento de Abril.

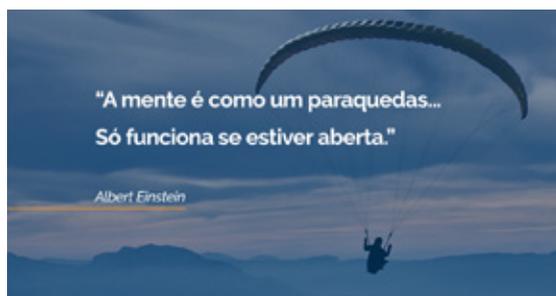
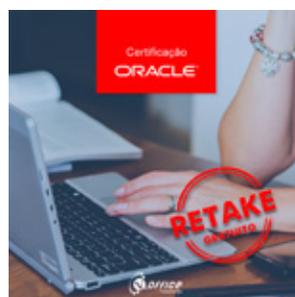
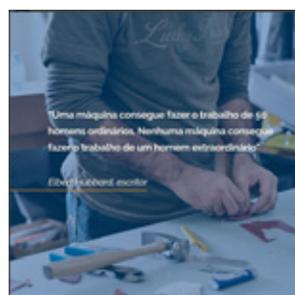
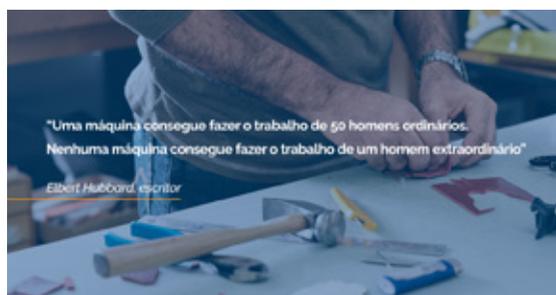
a) AÇÃO 7:

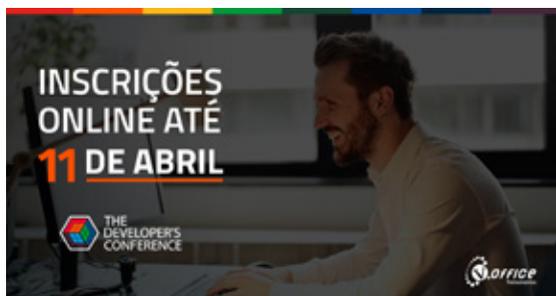
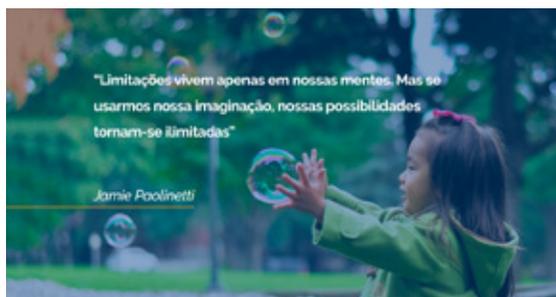
CLIENTE V.OFFICE TREINAMENTOS: A V.Office Redes e Telecomunicações é uma empresa que desenvolve projetos inovadores e/ou apoiam o cliente na sua implantação. Oferece treinamentos dentro das tecnologias em que oferece serviços e também na área de desenvolvimento. Sua missão é “ser seu parceiro de confiança na aplicação das melhores práticas em conectividade e segurança da informação” e seus valores são: Comprometimento com o cliente; A melhor qualificação profissional do mercado e melhoria contínua; Pioreirismo e inovação e disciplina na execução de projetos e metas.

Briefing: Artes para mídias sociais

Público-alvo: Pessoas interessadas em tecnologia e desenvolvimento web.









Peças de Facebook e Instagram feitas para a V.Office. As três últimas peças foram feitas com a identidade do The Developers Conference, que foi um evento o qual a V.Office patrocinou.



Capa de evento do Facebook sobre o TDC (The Developers Conference 2018 que aconteceu em abril)

Descrição: A V.Office é uma parceira da Tekoa e sua parte de treinamentos entra com o escopo de Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blogpost e campanhas em mídias sociais. Assim, fiquei responsável pelas artes de social mídia anteriormente apresentadas.

a) AÇÃO 8:

CLIENTE SC IMÓVEIS: A SC Imóveis é uma imobiliária e construtora situada nos Ingleses, em Florianópolis. A SC também carrega a marca Portal dos Ingleses, que é um empreendimento com torres comerciais e residenciais em construção pela SC Imóveis.

Briefing: Artes para mídias sociais, diagramação de um ebook (conteúdo rico) e a criação de uma landing page para o empreendimento Portal dos Ingleses.

Público-alvo: Pessoas interessadas em alugar, comprar ou vender imóveis.





Peças para Facebook e Instagram, de acordo com a identidade visual do cliente.

FÉRIAS EM FLORIPA

▪ ROTEIRO COMPLETO ▪



SUMÁRIO

- 4. POR QUE PASSAR AS FÉRIAS EM FLORIPA?**
- 5. FLORIPA E SUAS PRAIAS**
- 9. PONTOS TURÍSTICOS DE FLORIPA**
- 22. ROTA GASTRONÔMICA DE BARES E RESTAURANTES**
- 29. VIDA NOTURNA**
- 32. DICAS ÚTEIS**

POR QUE PASSAR AS FÉRIAS EM FLORIPA?

É bem verdade que o litoral brasileiro está recheado de opções para se passar as férias de verão. De norte a sul, você encontra belas cidades banhadas pelo mar, cada uma com suas peculiaridades.

Agora, não podemos negar que Santa Catarina, e em especial Florianópolis, tem um charme e atmosfera especiais, que resultam de uma combinação de fatores que vêm se desenvolvendo há bastante tempo.

A começar pela questão da qualidade de vida que Santa Catarina possui. O estado sempre foi referência em termos de desenvolvimento no Brasil e frequentemente é listado como tendo algumas das melhores cidades para se morar.

Além disso, a própria cultura de Florianópolis cativa muitas pessoas, por apresentar um misto de pensamento metropolitano com o de uma pequena cidade, sendo fácil de encontrar conhecidos (e conhecidos de conhecidos) onde quer que você esteja e conversar com nativos que possuem uma atitude mais despojada em relação à vida.

Por fim, e possivelmente uma das maiores qualidades de Florianópolis, a versatilidade e capacidade de agradar aos mais variados gostos, mesmo durante uma temporada tão específica como é a de verão, é outro fator positivo.

Chegando a ser considerada por alguns como a "Íbiza brasileira", Florianópolis oferece lazer, entretenimento, turismo, gastronomia e muito mais, para pessoas de todos os estilos e gostos.



**DO SIMPLES AO REQUINTADO,
DO CALMO AO BADALADO,
FLORIANÓPOLIS É SEMPRE
UMA ÓTIMA ESCOLHA PARA
VOCÊ PASSAR SUAS FÉRIAS
DE VERÃO.**

4

PONTOS TURÍSTICOS DE FLORIPA

Florianópolis se tornou um dos destinos turísticos mais cobiçados do Brasil, principalmente na época de férias de verão, quando turistas de todos os estados e países vizinhos vêm para a ilha da magia para aproveitar seus dias de folga. Mas além de todas as lindas praias, Florianópolis também tem vários pontos turísticos para serem visitados. Confira a seguir alguns desses pontos para você aproveitar e conhecer com a sua família.



PROJETO TAMAR

Atuando em prol da preservação de espécies de tartarugas marinhas que estejam em risco de extinção, o Projeto TAMAR está localizado na Barra da Lagoa e com frequência recebe nativos e turistas interessados em biologia e na vida marinha.

Sua estrutura aberta faz com que seja um ótimo passeio para curtir uma tarde ensolarada, contando ainda com a possibilidade de ver de perto tartarugas marinhas e também aprender mais sobre animais.

Recomendado especialmente para famílias e casais que busquem um programa tranquilo e divertido.

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Aberto todos os dias, incluindo feriados, das 9:30 às 17:30



10

BARES E RESTAURANTES NO NORTE DA ILHA

O norte da ilha, além de ser uma excelente região para se alugar um imóvel durante a temporada de verão, também é ótima para quem procura diversas opções de bares, lanchonetes e restaurantes para complementar os dias.

Especialmente nos bairros Ingleses e Canasvieiras, a variedade dos estabelecimentos é bastante grande, tanto em termos de culinária quanto de preços. Muitos restaurantes e bares servem frutos do mar – alguns até na beira da praia – e você também encontra hamburguerias, pizzarias, buffets e outros.

Em Jurerê também há uma boa variedade, mas boa parte das opções do bairro oferece serviços e estrutura de padrão mais alto, o que faz com que seus preços sejam também mais elevados.



23

Algumas páginas do e-book “Férias em Floripa - Roteiro Completo” o qual eu fiz a diagramação me baseando na identidade visual do cliente.



Landing Page para o Portal dos Ingleses, com intuito de conversão

Descrição: O escopo da SC Imóveis se trata de Inbound Marketing e marketing digital, com posts para blog posts e campanhas em mídias sociais e conteúdos ricos. Assim, fiquei responsável pelas peças apresentadas anteriormente.

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 3

3.1 A SITUAÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO FOI SATISFATÓRIA? EM QUE E COMO?

Sim, eu tive uma grande experiência de mercado, consegui ver qual é o ritmo de trabalho de uma agência e aprendi muito, principalmente sobre marketing digital e User Interface.

3.2 QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS PONTOS POSITIVOS E OS NEGATIVOS DO ESTÁGIO?

Pontos positivos: A Tekoa me proporcionou um curso de EAD pela UFSC de Marketing Digital e também uma trilha sobre UX no TDC (The Developers Conference), uma conferência muito interessante sobre a área de tecnologia. Além de toda a experiência de mercado, networking e novos conhecimentos.

Pontos negativos: Talvez o fato de ficarmos um pouco afastados uns dos outros na empresa.

3.3 AS ABORDAGENS CONCEITUAIS, OS MÉTODOS E AS TÉCNICAS UTILIZADAS NO ESTÁGIO FORAM COERENTES COM O QUE FOI ESTUDADO NO CURSO? QUAIS AS CONVERGÊNCIAS? QUAIS AS DIVERGÊNCIAS?

Sim, principalmente com relação aos programas de tratamento de imagem, ilustração, os conceitos de diagramação, teoria da cor e da forma. As divergências estão mais no fato de na faculdade termos mais tempo para aplicar todas as teorias que estudamos, quando no estágio temos um tempo reduzido.

3.4 COMO E EM QUE ESSE ESTÁGIO CONTRIBUIU PARA SUA FORMAÇÃO?

Esse estágio contribuiu muito para eu conseguir entender um pouco mais sobre o mercado de web design e UX/UI em Florianópolis e me aproximou desse meio, então posso dizer que me ajudou a considerar essa área para minha atuação como profissional.

3.5 QUAIS OS CONHECIMENTOS TEÓRICOS E TEÓRICO-PRÁTICOS ADQUIRIDOS NO CURSO QUE FORAM DIRETAMENTE UTILIZADOS?

A disciplina de teoria da forma, tratamento de imagem, ilustração, os conceitos de tipografia e diagramação e teoria da cor, em geral os conhecimentos dessas áreas

estão diretamente ligados com todos os trabalhos que desenvolvi no estágio.

3.6 QUE CONHECIMENTOS PRESUMIDAMENTE DA ÁREA DE DESIGN FORAM NECESSÁRIOS E NÃO FORAM ESTUDADOS NO CURSO?

Da área de design me fez falta a parte de conhecimentos mais aprofundados de web design, como a parte de User Interface, que no curso acaba sendo passado de forma mais superficial.

3.7 EM ESCALA DE 0 A 10, QUE VALOR RESUMIRIA, NA SUA OPINIÃO, A CONTRIBUIÇÃO DO ESTÁGIO PARA SUA FORMAÇÃO?

10. Foi o meu primeiro estágio fora da UFSC e isso ampliou muito meus horizontes, a experiência de mercado foi muito interessante e consegui entender melhor a diferença entre áreas do design para focar no meu futuro como profissional de design de forma mais específica.

RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 4

Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente

Nome da Empresa Concedente: Tekoa Informação e Conectividade LTDA
 Estagiário: Fernanda Spiller da Rosa
 Área do Estágio: Design / Marketing
 Período de realização do estágio: 03/10/18 a 07/02/18
 Supervisor de Estágio: Juliana dos Santos Krüger
 Contato do Supervisor de Estágio (fone/e-mail): (48) 9 9907-8512 / juliana.kruger@tekoa.com.br

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Iniciativa e auto-determinação: proposta e/ou apresentação de ações independentes de solicitações:										X
2. Qualidade das tarefas: organização, clareza e precisão no desenvolvimento das atividades conforme padrões estabelecidos pela empresa:										X
3. Criatividade: capacidade de sugerir, projetar e executar modificações ou novas propostas:										X
4. Dinamismo: Agilidade frente às situações apresentadas:										X
5. Resiliência: Capacidade de adequar o comportamento/conduita a circunstâncias adversas ou mudanças:										X
6. Interesse: Envolvimento na solução de problemas, disposição na busca de alternativas e conhecimentos para a execução de tarefas propostas:										X
7. Relacionamento interpessoal: facilidade de relacionamento/comunicação com os demais componentes da equipe de trabalho.										X
8. Cooperação: pré-disposição à colaborar com a equipe na resolução de tarefas:										X
9. Disciplina e responsabilidade: comprometimento com horários, prazos, cumprimento de regras e normas da empresa:										X
10. resultado: rendimento apresentado em relação às atividades solicitadas ao desenvolvimento:										X
Média										X

Outras Considerações: A Fernanda tem desempenhado muito bem todas as atividades propostas e, muitas vezes, além de atender o esperado, ela surpreende (positivamente) toda a equipe. Possui ótimo relacionamento e facilidade no aprendizado.

Hermanópolis
Cidade

27/06/2018
Data

Juliana dos A. Krüger
Assinatura do supervisor/concedente.

Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador

 Estagiário: Fernanda Spiller da Rosa

 Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Júlio Monteiro Teixeira

 E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: julhomonetex@gmail.com

 Data da entrega do Relatório para a avaliação: 26 / 06 / 18
Para a auxiliar a avaliação

Esta carta deve ser preenchida pelo(a) Prof.(a) Orientador(a) a partir da disponibilização do Relatório Final de Estágio pelo(a) aluno(a) orientado(a). Os itens abaixo dizem respeito aos quesitos padrões deste documento. Para auxiliar na avaliação, o(a) Prof.(a) Orientador(a) pode encontrar recomendações e um modelo de relatório padrão no seguinte link, na aba "Manual do Prof. Orientador":

<http://estagiodesign.paginas.ufsc.br>

1. Relatório - Conteúdo: Preenchimento adequado das seções do relatório, ortografia, organização textual e gráfica.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
2. Relatório - Projetos: Apresentação adequada das imagens dos projetos desenvolvidos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
3. Conhecimento aplicado: A demonstração do uso de conhecimentos técnicos e práticos adequados no desenvolvimento dos projetos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
4. Objetivos Alcançados: Se o aluno cumpriu, do ponto de vista acadêmico e profissional, objetivos propostos pelos projetos desenvolvidos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
5. Prazo: Entrega do relatório com o prazo mínimo de uma semana para a avaliação.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

Média	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

 Outras Considerações: _____

FROGAS
 Cidade

27/06/2018
 Data


 Assinatura do Prof. Orientador de Estágio Obrigatório



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

DESIGN

José Ozorio Ortiz
TEKOA INFORMAÇÃO E
CONECTIVIDADE LTDA
03/01/2018 - 07/07/2018