



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

**DESIGN**

Richard Nunes da Silva  
Monking Marketing  
12/09/2019 - 06/12/2019



## **1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO**

**Nome:** Richard Nunes da Silva

**Matrícula:** 17104079

**Habilitação:** Design

**E-mail:** richardnsilva0@gmail.com

**Telefone:** 48 9 9131 4028

## **1.2 DADOS DO ESTÁGIO**

**Concedente:** Monking Marketing Ltda


**Período Previsto:** 12/09/2019 - 06/12/2019

**Período referente a este relatório:** 12/09/2019 - 21/11/2019

**Supervisor/Preceptor:** Yuri Daniel Hahn da Silva

**Jornada Semanal/Horário:** 30 horas semanais/07h00 - 13h00

**Assinatura da concedente (ou representante):**



Yuri Daniel Hahn da Silva - Supervisor(a) no local de Estágio



# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 1**

### 1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

**Objetivo do estágio:** Aplicar os conhecimentos técnicos adquiridos na Universidade no mercado de trabalho, utilizando o bom senso estético e crítico para desenvolver peças relacionadas à comunicação social.

**Objeto(s) do estágio:** Peças para mídias sociais, campanhas para datas comemorativas, projeto de branding e redesign.

**Programa de atividades (PAE):** Desenvolver peças gráficas para mídias sociais, como Facebook, Instagram e LinkedIn para os diversos segmentos de clientes da Agência Monking; produção editorial e diagramação de livros, e-books, flyers e folders; ajudar o time a desenvolver estratégias de ativação e manutenção das marcas dos clientes da Monking; processo de branding e identidade de marca para novos clientes e seus principais desdobramentos, como brandbook, manual de uso rápido da marca e suas aplicações.

### 1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

**Resumo da situação da empresa em relação ao Design:** O Design tem papel fundamental em uma agência de marketing, visto que esse é um de seus principais serviços comercializados. Por isso, existe uma equipe qualificada e de ouvidos abertos a ouvir as sugestões e críticas dos designers. Lidar no dia a dia com pessoas tem processos criativos diferentes é um grande aprendizado.

**O que foi abordado no estágio:** Criação de identidade visual para novos clientes, produção de peças gráficas para mídias sociais, estratégias para ativação e fortalecimento das marcas.

**Atuação na área gráfica:** Produção de peças para mídias sociais, diagramação de conteúdos ricos como e-books e infográficos, webdesign para sites de clientes.

**Atuação na área informatizada (mídias):** Adobe Photoshop e Adobe Illustrator.

### 1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

**Infra-estrutura física disponibilizada:** O departamento da Criação trabalha todo em uma grande mesa, envolvendo designers e redatores, facilitando o contato e troca de informações sobre o dia a dia da agência. É disponibilizado computadores

de boa qualidade para a produção do material gráfico, assim como impressora para testes, um quadro e canetas para brainstorming e também uma smart TV para conectar os computadores.

**A localização do Design na estrutura organizacional da empresa:** O Design trabalha atrelado a Redação, dividindo o mesmo ambiente.

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

**Data do início do estágio:** 12/09/2019

**Data de encerramento do estágio:** 06/12/2019

**Carga horária diária:** 6 horas.

**Horário diário do estágio (entrada e saída):** 07h00 - 13h00

## **1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO**

**Nome:** Marília Matos Gonçalves

**Formação e cargo:** Professora do Curso de Design do Departamento de Comunicação e Expressão Gráfica - EGR - UFSC

**Contatos (telefone/e-mail):** 3721-6609 / marilia.goncalves@ufsc.br



# UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

DEPARTAMENTO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL

Endereço: 2º andar do prédio da Reitoria, Rua Sampaio Gonzaga, s/nº, Trindade - Florianópolis

Fone: +55 (48) 3721-9416 / (48) 3271-9296 | <http://portal.estagios.ufsc.br> | [dir.prograd@contato.ufsc.br](mailto:dir.prograd@contato.ufsc.br)

## TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 2022883

O(A) **Monking Marketing LTDA - ME**, CNPJ 29.189.611/0001-01, doravante denominado(a) **CONCEDENTE** representado(a) pelo(a) sr(a) **Eduardo Luiz Vieira**, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ **83.899.528/0001-82**, representada pelo(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof.(a) **Andre Luiz Sens**, e o(a) estagiário(a) **Richard Nunes da Silva**, CPF **850.500.240-72**, telefone (51) 3367-4315 e-mail [richardnunesilva@gmail.com](mailto:richardnunesilva@gmail.com) regularmente matriculado(a) sob número **17104079** no Curso de Design na forma da Lei nº 11.788/08, da Resolução 014/CUv/11 e das normas do Curso, acertam o que segue:

- Art. 1º:** O presente Termo de Compromisso de Estágio (TCE) está fundamentado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e no convênio firmado entre a **CONCEDENTE** e a UFSC em 31/01/2018 e vinculado à disciplina **EGR7198- Estágio (360h/a)**
- Art. 2º:** O(A) Prof.(a) **Marília Matos Gonçalves**, 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. 3º:** A jornada semanal de atividades será de **30.00 horas (com no máximo 6.00 horas diárias)**, a ser desenvolvida na **CONCEDENTE**, no(a) **Criação**, de 12/09/2019 a 06/12/2019, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) **Yuri Daniel Hahn da Silva** (CPF 862.004.020-00).
- Art. 4º:** O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará **segurado(a)** contra acidentes pessoais pela apolice Nº **1245 da seguradora Gente Seguradora S.A.** (CNPJ 90.180.805/0001-02).
- Art. 5º:** O estagiário(a) deverá elaborar relatório, conforme descrito no Projeto Pedagógico do Curso, devidamente **aprovado e assinado pelas partes envolvidas.**
- Art. 6º:** O estagiário deverá informar a unidade concedente em caso de abandono do curso.
- Art. 7º:** O estágio poderá ser rescindido a qualquer tempo por meio de Termo de Rescisão, observado o recesso do qual trata o artigo 9º deste TCE.
- Art. 8º:** O(A) **CONCEDENTE** pagará mensalmente ao(à) estagiário(a): **Bolsa de R\$ 1570,00** e mensalmente o auxílio transporte de **R\$ 80,00.**
- Art. 9º:** O(A) estagiário(a) tem direito a **7 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. 10º:** O(A) estagiário(a) não terá, para quaisquer efeitos, vínculo empregatício com a **CONCEDENTE**, desde que observados os itens deste TCE.
- Art. 11º:** Caberá ao(a) estagiário(a) cumprir o estabelecido no PAE abaixo; conduzir-se com ética profissional; respeitar as normas da **CONCEDENTE**, respondendo por danos causados pela inobservância das mesmas, e submeter-se à avaliação de desempenho.
- Art. 12º:** As partes, em comum acordo, firmam o presente TCE em 5 vias de igual teor.

### PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2022883

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

Desenvolver peças gráficas para mídias sociais, como Facebook, Instagram, LinkedIn, para os diversos segmentos de clientes da Agência Monking; produção editorial e diagramação de livros, e-books, flyers e folders; ajudar o time a desenvolver estratégias de ativação e manutenção das marcas dos clientes da Monking; processo de branding e identidade de marca para novos clientes e seus principais resultados, como brandbook, manual de uso rápido da marca e suas aplicações.

Local e Data:

Flórida, 14 de out de 2019.

Eduardo Luiz Vieira - Representante na CONCEDENTE

Marília Matos Gonçalves - Prof.(a) Orientador(a)

Richard Nunes da Silva - Estagiário(a)  
Andre Luiz Sens, Dr. Coordenador de Estágio do Curso de Graduação em Design EGR/CCE/UFSC  
15/03/2019  
Coord. Estágios do Curso - UFSC

Yuri Daniel Hahn da Silva - 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.

<b>Semana/Mês</b>	<b>Atividade desenvolvida</b>
3ª/Setembro	- Ativação para um novo cliente e nova identidade visual para mídias: Odontopediatria Politano EaD - Layout do novo site: Carprix - Produção de peças para clientes Monking
4ª/Setembro	- Ativação das mídias e identidade visual: Carprix - Continuação do layout do novo site: Carprix - Produção de peças para clientes Monking
1ª/Outubro	- Continuação da ativação das mídias - Carprix - Diagramação Newsletter quinzenal: Ambev - Produção de peças para clientes Monking
2ª/Outubro	- Ativação para um novo cliente e identidade visual para mídias: Otrebor - Produção de peças para clientes Monking
3ª/Outubro	- Ativação para um novo cliente e identidade visual para mídias: Carlos Pinto Alfaiataria - Diagramação Newsletter quinzenal: Ambev - Produção de peças para clientes Monking
4ª/Outubro	- Campanha de Halloween para redes sociais: Politano Odontopediatria - Produção de peças para ação interna: Ambev - Produção de peças para clientes Monking
1ª/Novembro	- Produção de peças para clientes Monking - Redesign da identidade visual para mídias sociais: Marcos Giraldi

2ª/Novembro	- Produção de peças para clientes Monking
3ª/Novembro	- Ativação para um novo cliente e identidade visual para mídias: Diego Lomba Imóveis - Redesign da identidade visual para mídias sociais: Odontopediatria Politano - Produção de peças para clientes Monking
4ª/Novembro	- Redesign da identidade visual para mídias sociais: Artista Grill - Produção de peças para clientes Monking
1ª/Dezembro	- Produção de peças para clientes Monking

## 2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

### a) AÇÃO 1:

Layout do novo site do Carprix

**Briefing:** elaborar uma proposta de site e todas as páginas relacionadas, falando sobre o aplicativo; sua proposta, suas funcionalidades e a solução que traria aos usuários.

**Público-alvo:** homens e mulheres que utilizam o aplicativo no Brasil.

## Proposta de layout para site do Carprix e todo fluxo de navegação.

carprix

Início O Carprix ▾ Conteúdo ▾ Contato

Baixe o App

### A chance de vender o seu carro está próxima

Libere a localização ou preencha seu estado e cidade para saber quantos compradores estão na região

Selecione seu estado



> **150 compradores** em Florianópolis serão notificados quando você compartilhar seu carro



Página inicial, onde o usuário consegue selecionar sua localidade para a busca de concessionárias em sua região.

## A chance de vender o seu carro está próxima

Libere a localização ou preencha seu estado e cidade para saber quantos compradores estão na região.

CE

Selecione sua cidade

- Abaiara
- Acarapé
- Acaraú
- Acopiara
- Atuaba



## A chance de vender o seu carro está próxima

Libere a localização ou preencha seu estado e cidade para saber quantos compradores estão na região.

Selecione seu estado

- Acre
- Alagoas
- Amapá
- Amazonas
- Bahia



Continuação da seleção de localidade.

## A chance de vender o seu carro está próxima

Libere a localização ou preencha seu estado e cidade para saber quantos compradores estão na região.

CE Alcântaras

> 73 compradores em Alcântaras serão notificados quando você compartilhar seu carro



**Pra quem quer comprar**

**Compre e negocie de forma segura**

Receba inúmeras ofertas e negocie direto com quem está vendendo o carro - tudo organizado, seguro e sem leilão!

**Pra quem está vendendo**

---

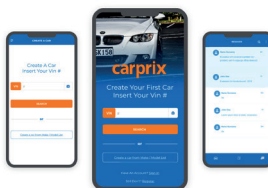
**Pra quem quer comprar**

**Venda rápido e com segurança**

Diversos compradores serão notificados quando você compartilhar o seu carro. Sua publicação é anônima e só será revelada para propostas do seu interesse, sem leilão.

**Pra quem está vendendo**

Baixe o App, é grátis



**carprix**

Um jeito novo, fácil e sem leilão de negociar carros

**Navegue**

Como comprar  
Como vender  
Fale Conosco  
Política de Privacidade

**Newsletter**

Receba dicas simples e rápidas sobre como comprar e vender carros.

Nome:

E-mail:

f @ y in

Navegação em zoom out do site em one page.

Blog  
Matéria Ricos

## A chance de vender o seu carro está próxima

Libere a localização ou preencha seu estado e cidade para saber quantos compradores estão na região

Selecione seu estado

> **150 compradores** em Florianópolis serão notificados quando você compartilhar seu carro



Assine nossa newsletter e receba em primeira mão os melhores conteúdos sobre carros!

Seu nome

Seu e-mail

Ler mais

Navegação em direção ao blog do Carprix.



## Qual a melhor maneira de fazer a avaliação de carros?

A avaliação de carros é uma parte muito importante do processo de vendas, e qualquer um que queira trocar seu veículo se preocupa muito com isso.

Ler mais



### Qual a melhor maneira de fazer a avaliação de carros?

A avaliação de carros é uma parte muito importante do processo de vendas, e qualquer um que queira trocar seu veículo se preocupa muito com isso. [Ler mais.](#)



### Qual a melhor maneira de fazer a avaliação de carros?

A avaliação de carros é uma parte muito importante do processo de vendas, e qualquer um que queira trocar seu veículo se preocupa muito com isso. [Ler mais.](#)



### Qual a melhor maneira de fazer a avaliação de carros?

A avaliação de carros é uma parte muito importante do processo de vendas, e qualquer um que queira trocar seu veículo se preocupa muito com isso. [Ler mais.](#)

Acesso a primeira página do blog do Carprix; com a proposta de layout para matérias e navegação.



Busque por outros posts



## Qual a melhor maneira de fazer a avaliação de carros?

id de mm de asa por Nome do Redator

A **avaliação de carros** é uma parte muito importante do processo de vendas, e qualquer um que queira trocar seu veículo se preocupa muito com isso. A situação mais normal que ocorre é a diferença entre os números esperados pelo vendedor e o real valor de mercado do carro, o que pode, em algumas situações, até inviabilizar todo o processo.

Pensando nisso, é extremamente normal que as pessoas fiquem com dúvidas sobre como fazer essa avaliação, em quem confiar e qual o real valor de seu automóvel. Para fazer uma boa negociação — aquela em que tanto você quanto o comprador saem contentes —, é necessário ter o máximo possível de informações sobre o mercado e seu veículo, fazendo com que os valores sejam justos e atendam às expectativas de todos os envolvidos.

Para isso, é claro que se faz preciso dedicar um pouco de tempo para estudar todos esses fatores, ainda que ao final do processo este tempo possa representar grandes quantias de dinheiro em seu bolso. Por conta disso, nos parágrafos abaixo você poderá entender todos esses fatores que envolvem a negociação de um veículo, qual a importância de cada uma e, por fim, como fazer um bom negócio com seu querido automóvel.

### O valor emocional de um carro

Todos aqueles que possuem um carro em sua garagem sabem a dificuldade que é ter aquele bem estacionado calmamente em sua casa. O que ocorre é que os **preços praticados no Brasil são extremamente altos** — especialmente quando comparados com outros locais, como Estados Unidos e Europa. Assim, cada um sabe onde o calo aperta, sendo que, nesse caso, o calo muitas vezes é aquele boleto que vence todo santo mês.

Além de todo o processo de adquirir o veículo ser difícil, também há o desafio de manter seu carro bem conservado, visto que a manutenção deve ser constante e, com isso, mais boletos se acumulam em sua mesa. Documentação, troca de peças, gasolina, IPVA e seguro são apenas alguns dos gastos que vem junto com seu tão sonhado veículo, e que tornam o desafio de ter um carro ainda maior.

Com tudo isso sendo levado em consideração, ainda existe o apego emocional aos tais amigos de quatro rodas, que muitas vezes ficam com seus donos por tanto tempo que acabam se tornando quase que da família. São tantos momentos que se passam juntos, tantos perrengues e situações incríveis que o valor emocional desse bem acaba sendo infinitamente maior que o que os outros querem pagar por ele.

Mas lembre-se que esse valor emocional é somente seu, e não faz parte da avaliação de mais ninguém.



### Conta pra gente o que você achou!




carprix

Um jeito novo, fácil e sem leilão de negociar carros

#### Navegue

Como comprar

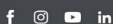
Como vender

Fale Conosco

Política de Privacidade

#### Newsletter

Receba dicas simples e rápidas sobre como comprar e vender carros

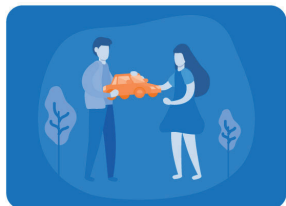



Proposta de layout para leitura da matéria na íntegra no blog.

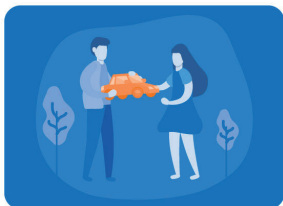


## Conteúdos relevantes sobre compra e venda de automóveis

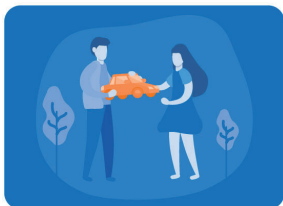
### Últimos lançamentos



[EBOOK] Como fazer vendas rápidas e efetivas



[INFOGRÁFICO] Como fazer vendas rápidas e efetivas



[EBOOK] Como fazer vendas rápidas e efetivas

Layout para a página de conteúdos ricos do site do Carprix. Aqui se concentram links para e-books, infográficos, whitepapers etc.



## Você precisa de ajuda?

Envie a sua dúvida. Vamos solucioná-la da melhor forma :)

Nome\*

Email\*

Telefone\*

Assunto\*

Mensagem\*

Enviar

carprix

Um jeito novo, fácil e sem leilão de negociar carros

### Navegue

- Como comprar
- Como vender
- Fale Conosco
- Política de Privacidade

### Newsletter

Receba dicas simples e rápidas sobre como comprar e vender carros

  
 >

Layout para a página de contato do site.

## **b) AÇÃO 2:**

Newsletter Ambev

**Briefing:** diagramar uma newsletter em formato de imagem que remetesse a tecnologia e inovação, a fim de levar informação sobre os assuntos pertinentes a cada área da empresa de uma forma descontraída e divertida.

**Público-alvo:** homens e mulheres que trabalham na Ambev na América Latina.

# innonews innonews innonews



TECH EXTERNO

A Amazon iniciou testes para um novo método de pagamentos para compras na loja. O **"Orville"** é capaz de identificar uma mão humana através de sensores de alta tecnologia e associar a um cartão de crédito já cadastrado. A expectativa do mercado é de uma nova disrupção nos meios de pagamento, com mais segurança e precisão dos dados do usuário.

SAIBA MAIS

Em Setembro, marcamos presença no **Encontro Nacional de Empresas Juniores (ENE)**, como área de inovação, junto ao pessoal de Gente e Criação. Através de óculos VR (fornecidos pela empresa VR Glass) foi possível levar os congressistas para uma visita à Cervejaria de Jaguariúna e ao Centro de Serviço Compartilhados (CSC). Uma experiência incrível que pôde aproximar futuros candidatos de estágio e trainee à nossa realidade!

LEIA MAIS



INOVATION I

HBS LAHBS LAHB

O time está trabalhando intensamente nos preparativos para os pitches do **LAHBS BOX**, que será no dia 04/10. O programa voltado para inovadores contou com 62 participantes no workshop da metodologia de inovação, entre os dias 23 e 24/07. Durante 8 semanas, os inovadores dedicaram 1 dia por semana para desenvolver suas ideias. Agora, terão a oportunidade de apresentá-las a alguns VPs (Rodrigo Figueiredo, Mafessoni e Soulier) e diretores da Ambev (Eduardo Marcos Müller) e para o CEO da HBS, Guilherme Pereira. Programa em parceria com o time de **Sustentabilidade da Ambev** Amanda, Tainá e Marcos Müller.

LEIA MAIS



VOCE SABIA?

O **Product Manager** atua de forma estratégica, integrada à área de tecnologia, experiência do usuário e estratégias de marketing para promover soluções de alta qualidade e relevância para o mercado. Um profissional extremamente importante para o setor de tecnologia.

Clique aqui e saiba mais sobre carreira e desenvolvimento de PM.

Você conhece o SensAI?

O **Sensory Artificial Intelligence** foi criado para prever a nota de Sensory de fabricação cervejeira – indicador de qualidade de nossas cervejas – através de dados gerados pelo processo de produção, como aroma, cor e temperatura. Com ele, passamos a ter a predição de qualidade em tempo real e não mais somente ao final de todo o processo, como acontecia em todas as nossas cervejarias espalhadas pelo país.

O projeto fez parte do **Beer Garage**, iniciativa da ABI para acelerar projetos de interesse de toda a companhia no vale do Silício (Estados Unidos), e durante 3 meses estivemos perto das principais tecnologias disponíveis no mundo para desenvolvê-lo.

Na última sexta-feira, o projeto foi apresentado na visita do nosso presidente, Bernardo Pinto Paiva, à Cervejaria do Futuro, em Guarulhos. **Não podia dar mais certo:** integrar tecnologia e inteligência artificial para facilitar a rotina, mudando o processo e nossa CIA.

LEIA AGORA

TICS ANALYTICS ANALYT

## DICAS

Quer ficar por dentro de mais conteúdos de inovação? Indicamos o site [thebrief.com.br](http://thebrief.com.br) que possui um conteúdo rico sobre mercado, startups, carreira e tecnologia.

### c) AÇÃO 3:

Produção de peças gráficas para clientes Monking

**Briefing:** produção de peças para mídias sociais de clientes da agência; nessa seção trago exemplos da Dra. Mariana Paixão, dermatologista de Campinas e da Gráfica Rocha, gráfica de Palhoça.

**Público-alvo:** homens e mulheres que interajam com conteúdo digital desses clientes.



Post para o feed da Dra. Mariana Paixão, abordando temas recorrentes para seu público.



Post para o feed da Dra. Mariana Paixão, abordando temas recorrentes para seu público.



Post para o feed da Dra. Mariana Paixão, abordando temas recorrentes para seu público.





Sequência de posts para o feed da Gráfica Rocha; apresentando um de seus materiais impressos. Tratamento de imagem.



Sequência de posts para o feed da Gráfica Rocha; apresentando um de seus materiais impressos. Tratamento de imagem.



Sequência de posts para o feed da Gráfica Rocha; apresentando um de seus materiais impressos. Tratamento de imagem.



Mockup para clipping da Gráfica Rocha na imprensa.



Ilustração para a campanha de Novembro Azul da Gráfica Rocha.

#### d) AÇÃO 4:

Campanha de Halloween para Odontopediatria Politano

**Briefing:** abordar de forma lúdica o universo da odontopediatria, deixando mais convidativo e infantil o conteúdo.

**Público-alvo:** pais e mães que sejam clientes da clínica.



Post para campanha de Halloween da Odontopediatria Politano.



Post para campanha de Halloween da Odontopediatria Politano.



Post para campanha de Halloween da Odontopediatria Politano.



DOCES OU TRAVESSURAS?

**O Halloween está chegando...**  
Qual a sua parte preferida da festa?



DOCES OU TRAVESSURAS?

Nós amamos as duas!  
Além disso, amamos nos divertir! Mas sempre **com cuidado e atenção aos dentinhos!**



Sequência de stories sobre a campanha de Halloween.

DOCES OU TRAVESSURAS?

Os docinhos podem ser deliciosos, mas é preciso **controlar o excesso e manter uma boa escovação.**



DOCES OU TRAVESSURAS?

Vamos curtir as aventuras do Halloween e deixar o fantasma da cárie **bem longo dos dentinhos!**



Sequência de stories sobre a campanha de Halloween.

## e) AÇÃO 5:

Redesign da identidade visual para as mídias do cliente Marcos Giraldi

**Briefing:** trata-se de um cliente que já trabalha com a mesma identidade visual para as mídias há pelo menos um ano, por isso, viu-se a necessidade de um redesign.

**Público-alvo:** empresários e empresárias do Brasil que procuram por coaching.



Primeiro post do redesign, definindo as novas tipografias e a configuração de preto e branco das imagens.



MARCOS GIRALDI  
@MARCOSGIRALDICOACH

**“Para ter um negócio de sucesso,  
alguém, algum dia, teve que tomar  
uma atitude de coragem”**

---

PETER DRUCKER

Segundo layout para frases motivacionais, a fim de intercalar no feed.

**Marcos Girdali**  
Coaching e Treinamentos



**Qual o seu objetivo?**

— QUE VIDA VOCÊ DESEJA TER?

Post para divulgação do novo blogpost no blog de Marcos Girdali.

**Marcos Giraldi**  
Coaching e Treinamentos



## **Como definir um Plano de Ação** — E ALCANÇAR MAIS RESULTADOS

Alternativa em negativo para post no feed relacionado a blogpost.

## f) AÇÃO 6:

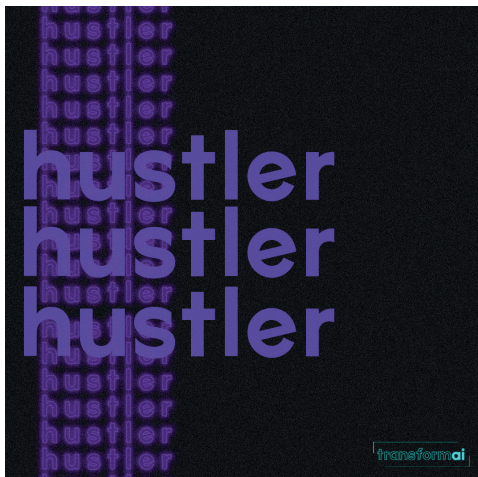
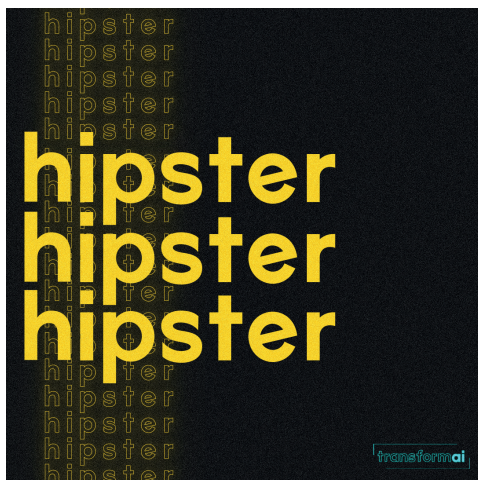
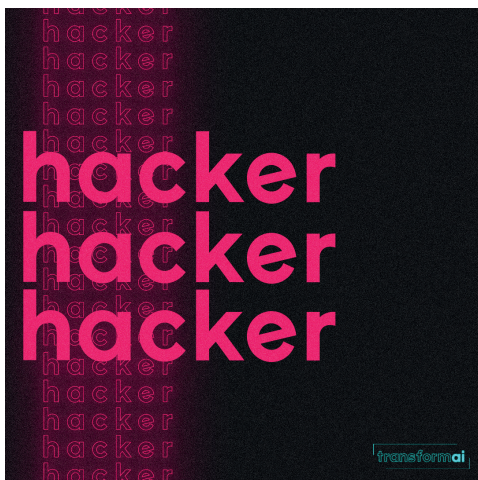
Identidade visual e logotipo para ação interna da Ambev: TransformAI

**Briefing:** criação da identidade visual e logotipo para um evento interno da Ambev, o TransformAI; os principais departamentos da empresa estavam na busca de quatro talentos para solucionar problemas que envolvem tecnologia e inovação.

**Público-alvo:** funcionários da Ambev que estejam envolvidos com design, análise de dados, vendas e programação.



Primeiro post que foi enviado para todos os funcionários da Ambev da América Latina falando sobre o desafio.



Definição de tipografia e aplicações para cada desafio.  
Nesses posts foi contado qual seria o problema de cada área.



transformai

02 a 13 de setembro

Você aceita o desafio?

Estão abertas as inscrições para o maior desafio interno de tecnologia do Brasil! E o melhor: junto com ele, vem um intensivo de capacitações!

E aí, #ChallengeAccepted?

- Inscrições: 02 a 13 de setembro.
- Execução + Aprendizagem: 16 de setembro a 16 de outubro (durante o horário de trabalho).
- Aberto para todas as bandas da Ambev, HBSIS, ZX, Ztech e ABInbev.
- Premiação: Bootcamp em SP e Participação Wired Festival RJ.

São 4 desafios e você pode escolher qual quer resolver:

**Hipster:** Design  
**Hacker:** Programação  
**Hustler:** Inovação/Growth  
**Hunter:** Analytics

O desafio é individual, aberto para qualquer pessoa da companhia que já tenha alguma habilidade com tecnologia ou que tenha vontade de se desenvolver.

Faça sua inscrição!

CHALLENGE  
ACCEPTED

CERVEJARIA  
ambev

Primeira newsletter falando sobre o projeto TransformAI.

## hacker hacker hacker

Esse até dispensa apresentações.  
Não existe empresa de tecnologia sem um(a) hacker dentro de casa. A história da tecnologia está repleta de grandes hackers como Steve Wozniak, Tim Berners-Lee e John Carmack.

**Hacker é quem acha o 'como' para as ideias.**  
Quem vai criar as soluções em várias linguagens de programação e conseguir tornar o produto em algo real.

Aceita o desafio de se tornar hacker?

**Faça já a sua inscrição!**

## hipster hipster hipster

A função de hipster é fundamental entender as necessidades do consumidor para criar, comunicar e empacotar um produto que seja fácil de entender e consumir.  
Não é uma tarefa fácil, né?

**Hipster é a pessoa que conecta usuários a seus produtos.**  
Ela usa a criatividade para criar uma identidade visual e é muito empática com o cliente. Esse profissional é um combo de designer com product manager e user experience.

Aceita o desafio de se tornar hipster?

**Faça já a sua inscrição!**

## hustler hustler hustler

Hustler é implacável, busca inovação e não conhece a palavra desistir. É responsável pela inovação e vendas.

**Hustler é a pessoa que desenvolve parcerias,**  
conhece o mercado e conecta com o ecossistema.

Aceita o desafio de se tornar hustler?

**Faça já a sua inscrição!**

## hunter hunter hunter

**Hunter é quem manja de dados!**

Tem habilidades técnicas para resolver problemas complexos, mas também a capacidade de afastar suas crenças pessoais e analisar friamente os dados. Matemática e estatística são forças de Hunters.

Profissional que sabe tratar e analisar tudo e, principalmente, dar insights para o time tomar as melhores decisões!

Aceita o desafio de se tornar hunter?

**Faça já a sua inscrição!**

Segunda newsletter falando sobre o projeto TransformAI; falando sobre cada desafio e direcionando os participantes para as inscrições.

## g) AÇÃO 7:

Ativação do cliente Carlos Pinto Alfaiataria

**Briefing:** a Carlos Pinto Alfaiataria é uma das casas de costura mais antigas de Florianópolis. Os principais pontos para trabalhar na sua nova identidade visual para mídias é a sofisticação e o tradicionalismo.

**Público-alvo:** homens de classe média alta que procuram ternos para o dia a dia, casamentos e eventos de gala.



Primeira peça produzida para a alfaiataria, trazendo a nitidez mais intensa nas fotografias para lembrar as texturas dos tecidos.



Sequência de imagens usada em um carrossel para explicar os três principais tipos de corte que os ternos podem ter.



Post no feed do Instagram sobre como usar lenço no terno.

*Qualidade, conforto  
e experiência na  
confeção de ternos!*



 CARLOS  
PINTO

Seja elegante,  
vista Carlos Pinto!

 CARLOS  
PINTO

Sequência de stories para o Instagram, reforçando o lifestyle de quem consome alfaiataria.

# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 3**

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

Sim, bastante satisfatória. Eu já havia feito estágio não obrigatório relacionado a Design em algumas empresas de tecnologia, mas queria muito a vivência de trabalhar com clientes de diversos segmentos e aprender um pouco sobre a rotina de uma agência de marketing. Acredito que essa experiência seja muito engrandecedora para mim como designer e profissional da comunicação.

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

Os pontos positivos estão ligados a trabalhar dentro de um núcleo de criação, com diversas outras pessoas que passam por processos diferentes dos meus, e poder assim aprender com elas.

O ponto negativo é, sem sombra de dúvida, aprender a lidar com a alta demanda de produção.

### **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?**

O estudo teórico dá uma base bem rasa para o mercado de trabalho, tendo em vista que trabalhar com comunicação social exige um constante aprendizado e atualizações das tendências do meio digital. Acredito que algumas das metodologias ensinadas em sala de aula são aplicáveis de forma mais sucinta. As divergências estão bastante ligadas ao uso de softwares, que é algo exigido durante todo o curso (e no mercado de trabalho), mas não existe um módulo introdutório sobre as principais ferramentas de uso do dia a dia dos designers.

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

Passar esse tempo dentro de uma agência de marketing ajuda bastante a entender como funciona o mercado de trabalho para os designers; considerando que a maior parte desses profissionais acabam trabalhando com comunicação social e publicidade.

Além disso, foi importante desenvolver a multidisciplinaridade para entender e como se comportar em diferentes cenários. Como o de uma empresa de tecnologia que acaba vendendo sempre com o mesmo produto/serviço e o de uma agência, que lida com clientes de diferentes segmentos, portanto você precisa estar sempre lendo e aprendendo sobre diversos assuntos.



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

O Projeto 4 foi muito importante para que eu conseguisse alcançar bons resultados no estágio obrigatório. Desde concepções básicas como painéis semânticos e criação de personas até as estratégias de promoção e ativação das marcas.

Para os clientes mais antigos da agência, acabei desempenhando um papel exclusivamente de consultoria sobre como promover suas marcas e ter uma melhor performance, com base nos meus estudos e experiências anteriores.

Para os novos clientes, pude participar das reuniões de briefing e traçar um fluxo de ativação da marca e de como ela vai se comportar tanto no meio digital quanto offline. Esse serviço gera um valor muito grande para quem contrata um profissional e busca por excelência.

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

Acho que por estar envolvido no meio de comunicação social é muito importante que tenhamos mais acesso a estudo em motion; tanto em edição quanto animação de vídeo. O mercado digital pede por isso, e infelizmente é um serviço que grande parte dos alunos do curso de Design da UFSC não conseguem prestar. Além disso senti também a necessidade de uma segunda disciplina em tratamento de imagem e manipulação; é algo bem recorrente no dia a dia e muitas das coisas que aprendi foram feitas as pressas. Caso tivéssemos a oportunidade de estudar sobre isso, poderíamos debater em sala de aula com auxílio de um professor capacitado.

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

Dez. Acredito que toda experiência é muito importante no período de formação, principalmente para praticar de maneira real todo estudo teórico que aprendemos na Universidade.

Como já disse, esse estágio tem um valor muito maior para mim porque a experiência em uma agência de marketing era algo que eu buscava há algum tempo, e estou bastante satisfeito com meu desempenho.

# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 4**

**Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente**

Nome da Empresa Concedente: Monking Marketing Ltda.  
 Estagiário: Richard Nunes de Silva  
 Área do Estágio: Criação para mídias  
 Período de realização do estágio: 11/09/2019 a 06/12/2019  
 Supervisor de Estágio: Yuri Daniel Hahn de Silva  
 Contato do Supervisor de Estágio (fone/e-mail): 151 98187-0227 / yuri@monking.com.br

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

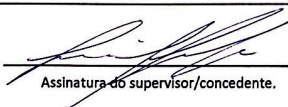
Outras Considerações: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Florianópolis, 20/11/2019  
 Cidade Data

  
 Assinatura do supervisor/concedente.

### Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador

Estagiário: Richard Nunes da Silva  
 Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Marília Matos Gonçalves  
 E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: marilinhato@gmail.com  
 Data de entrega do Relatório para a avaliação: 22/11/2019

Para 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
<b>Média</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

Outras Considerações: De acordo com as informações contidas no relatório, é possível perceber que Richard executou atividades na área de Design Gráfico. Executou bem os briefings que lhe foram apresentados. Obteve boa avaliação de seu professor supervisor no local de estágio.  
Parabéns!

Florianópolis, 23/11/2019  
 Cidade Data

  
 Assinatura do Prof. Orientador de Estágio Obrigatório



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR

**DESIGN**

Richard Nunes da Silva  
Monking Marketing  
12/09/2019 - 06/12/2019