

MARKETING APLICADO NO GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Juciele Fernanda Casagrande

Carla de Almeida Martins Basso

Monalisa Pivetta da Silva Basso

Ana Márcia Debiasi Duarte Basso

Resumo

Com o avanço tecnológico em constante evolução, as organizações têm buscado promover o crescimento dos negócios por meio de diversas ações inovadoras baseadas em projetos. O gerenciamento de projetos contempla uma prática já bem difundida e utilizada mundialmente, que pode ser aplicada em qualquer corporação, dos mais diversos segmentos e ramos de atuação. Um projeto é caracterizado por ser um empreendimento único, com início e fim definidos e recursos limitados, tendo como finalidade atingir metas estabelecidas dentro de parâmetros de prazo, custo e qualidade.

Comumente o desenvolvimento de um projeto baseia-se em processos habituais, de forma a ignorar as perspectivas do marketing. Esta ciência engloba elementos que podem guiar o projeto em direção à satisfação do cliente e conseqüentemente gerar mais receita para a empresa. Os conceitos de marketing englobam ações que visam atender as necessidades humanas e sociais, assegurar a vantagem competitiva da organização, bem como conquistar e manter clientes, a fim de desenvolver um relacionamento lucrativo. Na literatura encontram-se diversas referências à utilização das boas práticas de gerenciamento de projetos, mas a sua

aplicação ao marketing ainda é escassa. Este trabalho tem por finalidade demonstrar que existe uma correlação entre essas duas áreas do conhecimento, propondo-se a evidenciar a importância do marketing no gerenciamento de projetos, e explanando de que forma as ferramentas e técnicas de marketing são relevantes para o sucesso dos projetos.

Palavras-Chave: Marketing. Gerenciamento de projetos. Projetos.

E-mails: jucielefer@gmail.com, carla.basso@unoesc.edu.br