



RELATÓRIO PROJETO CICLO DE CASOS

TRIÊNIO (2017/2019)

+ DE 2.203 JOVENS IMPACTADOS

CICLO DE CASOS DO PRÊMIO ABMN

Desde 2001, a ABMN conversa com os jovens universitários.

Tudo começa no Prêmio Marketing Contemporâneo – evento anual onde as empresas participantes descrevem seus *cases* de Marketing & Negócios e concorrem pelo reconhecimento de vencedores nas 9 categorias que o compõe.

E, no ano seguinte, é realizada a edição do “Ciclo de Casos” onde os protagonistas vencedores apresentam e conversam com os jovens universitários, mostrando as dimensões, os desafios, as estratégias e táticas utilizadas e os resultados alcançados em seus *cases*.

COMPARTILHANDO
EXPERIÊNCIAS
DE SUCESSO

+ 98%
de satisfação

NOVOS CAMINHOS

#JOVENS EM CENA

PUBLICIDADE JEITO

RELACIONAMENTO

APRENDIZADOS

CONEXÕES VIVÊNCIAS

ESTRATÉGIAS CICLO

OLHAR *DIVERSIDADE*

IDEIAS SUCESSO

MARKETING

EDIÇÃO DO
CICLO DE CASOS
DO PRÊMIO MARKETING
CONTEMPORÂNEO

NESSES 18 ANOS

+ DE 17.000

ESTUDANTES IMPACTADOS

+ DE 305

CASES APRESENTADOS



EDIÇÃO DO
CICLO DE CASOS
DO PRÊMIO MARKETING
CONTEMPORÂNEO

GRANDES MARCAS REUNIDAS TRIÊNIO



PERCEPÇÃO DE VALOR SOBRE O CICLO DE CASOS - ABMN

98% CONCORDA QUE O
CICLO ESTIMULA NOVAS
PERSPECTIVAS.

93% CONCORDA QUE O
CICLO AUMENTA O
CONHECIMENTO

94% RECONHECEM QUE O
CICLO CONTRIBUE PARA
INTEGRAR CONHECIMENTOS

	Discordo Plenamente	Discordo	Não Concordo Nem Discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1 - Estimula a visão de perspectivas novas e diferentes	0%	0%	2%	35%	63%
2 - Aumenta o meu conhecimento na minha área de formação	0%	0%	7%	31%	62%
3 - Grande parte do que escutei faz pouco sentido: é como se não houvesse muita relação entre a prática e a teoria	59%	25%	4%	5%	7%
4 - É uma oportunidade para integrar conhecimentos de temas variados no meu desenvolvimento académico e profissional	2%	0%	4%	31%	63%
5 - Contribui para relacionar ideias que me surgem com os conceitos/ visões partilhados	0%	0%	4%	40%	55%



19^o EDIÇÃO DO
CICLO DE CASOS
DO PRÊMIO MARKETING
CONTEMPORÂNEO

+ DE 4 ENCONTROS
+ 12 horas



18

0

EDIÇÃO DO
CICLO DE CASOS
DO PRÊMIO MARKETING
CONTEMPORÂNEO

**+ DE 5 ENCONTROS
+ 20 horas**



17^o

EDIÇÃO DO
CICLO DE CASOS
DO PRÊMIO MARKETING
CONTEMPORÂNEO

+ de 44 horas de exposição de *cases de marketing*

+ 11 cases apresentados



CITAÇÕES DOS ESTUDANTES

O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

O contato com a experiência e prática mercadológica com cases de sucesso.

(estudante de publicidade)

Saber como as marcas conseguiram atingir seus objetivos mesmo com as adversidades.

(estudante de administração)

A oportunidade de conhecer mais sobre o universo e técnicas de marketing e comunicação, que estão sendo usadas no mercado.

(estudante de administração)

Da palestra da OI, a relação entre WhinderssON e WhinderssOFF.

A comunicação foi muito boa, tive animação e clareza.

(estudante de administração)

Como a Unimed foi capaz de se reerguer.

(estudante de administração)

A oportunidade de agregar ao meu curso outros conhecimentos que não estão relacionados diretamente ao curso mais que adicionaram informações. Ainda promove debates interessantes.

(estudante de administração)

Apreendi mais sobre assuntos relacionados ao marketing, já que sou do curso de adm.

(estudante de administração)

As novas informações que foram trazidas e o dinamismo da palestra.

(estudante de administração)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

Eu gostei do evento, muito explicativo, claro e objetivo.

(estudante de administração)

**Ter uma visão mais prática do
que muitas vezes nos é
apresentado de forma teórica.**

(estudante de administração)

**A visão que a Unimed assumiu em integrar os seus
colaboradores no processo de gestão de marketing, pois
são eles que possuem o primeiro contato com o cliente.**

(estudante de administração)

**A troca de informações dos palestrantes e a
forma de como cada marca agiu em
determinada situação.**

(estudante de administração)

**Casting Creme Gloss, dando visualidade as mulheres, principal
empoderamento para negras e moradoras de comunidades.
Em relação a Unimed-Rio, vejo a importância de uma boa gestão.**

(estudante de administração)

**O tema das palestras e os palestrantes
dinâmicos, souberam desenvolver o
assunto muito bem.**

(estudante de administração)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

A interatividade do case da L'oreal e a abordagem de maneira mais irreverente e divertida.

(estudante de análise e desenvolvimento de sistemas)

No caso da Unimed foi muito bom saber como foi a retomada de credibilidade no mercado. WMcCann pelo engajamento da mulher que relativamente não fazia parte do padrão de beleza imposto pela sociedade.

(estudante de ciências contábeis)

A Perspectiva diferenciada sobre as decisões tomadas em uma empresa. Mostra que a inovação é importante para o crescimento da empresa.

(estudante de ciências contábeis)

Do debate, opiniões expostas de forma clara.

(estudante de ciências contábeis)

Gostei da intenção, o altíssimo domínio do conteúdo e a clareza na reposição das ideias.

(estudante de pedagogia)

A transparência das marcas e a exposição das estratégias internas.

(estudante de gestão de RH)

Das oportunidades das empresas de explicar um pouco mais a fundo e aumentar os conhecimentos.

(estudante de ciências contábeis)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

Além de ficar mais próximos dos cases, saber mais do estrutural deles. O debate final foi na minha visão, o mais importante pois tivemos uma visão do que esperar para o futuro do que será minha profissão e também do que é e já foi um dia.

(estudante de marketing)

A transparência em que a Unimed-Rio teve para com o público. Mostrou gestão de pessoas com as secretárias de forma humana para que disseminassem a marca de forma positiva.

(estudante de gestão de RH)

‘A comunicação atual em momentos variáveis, com foco em um assunto direto e objetivo. Quero fazer pós em marketing e me senti pertencido ao tema abordado na palestra, ótimo. Pronto para a próxima.’ (estudante de administração)

Gostei das mensagens e ideias passadas nas palestras e também ressaltar que muitas coisas que achamos que não são importantes no nosso dia a dia, faz muita diferença.

(estudante de administração)

Gostei de todos os momentos, pois todos agregam valor no meu conhecimento.

(estudante de administração)

O jeito como o tema, que não imaginava ser tão importante, de um jeito interessante.

(estudante de administração)

O debate no final IBP e Losango.

(estudante de administração)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

O debate foi muito relevante, com conteúdos super atuais, e foi bem explicativo e descontraído.

(estudante de administração)

Achei extremamente produtivo, com as formas às quais abordou diversos temas nos fazendo enxergar a atualidade de forma diferente.

(estudante de administração)

Apresentação e conteúdo da informação.

(estudante de administração)

Esse evento me proporciona um conhecimento diferente. Já participei de outros e gostei muito, é fundamental no aprendizado sobre o mercado.

(estudante de administração)

Principalmente do case do Hugo Santos, uma vez que tratou de um assunto do meu interesse. Trabalho no setor de petróleo e gás prestando serviço para Petrobras.

(estudante de administração)

Eu mais gostei da forma em que o assunto foi abordado, com um tema tão atual, é fácil lembrar e refletir sobre ele. Eu adorei.

(estudante de administração)

Adorei os diferentes pontos de vista e informações que ainda não tinha conhecimento muito aprofundado.

(estudante de administração)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

O que eu mais gostei na Losango é que eles estimulam o pessoal a vender, dando diversos prêmios.

(estudante de administração)

O que eu mais gostei, foi das técnicas apresentadas para a satisfação do cliente final.

(estudante de administração)

As ideias transmitidas serem de empresas experientes que inspiram os ouvintes, além das ideias serem maduras e inovadoras.

(estudante de administração)

Foi da apresentação em geral, muito legal. Algo novo, que realmente não tinha conhecimento.

(estudante de administração)

Os conteúdos abordados são importantes para formação.

(estudante de administração)

Palestrante Bruno (Losango), forma e colocação de palavras e ações institucionais.

(estudante de logística)

Da relação entre domínio do conteúdo ministrado com o tempo usado para a apresentação.

(estudante de logística)

O debate foi a melhor parte do evento, perguntas bem elaboradas.

(estudante de marketing)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

Coordenador Bruno Souza apresentou um marketing bem elaborado e atual no contexto de mercado de trabalho.

(estudante de administração)

De ambas as palestras em si e dos exemplos práticos de forma de fazer uma divulgação.

(estudante de administração)

Na parte que abordam os influenciadores da mídia digital, pois houve uma grande interação entre os palestrantes e os participantes.

(estudante de marketing)

Da explicação do Clube de Vendas Losango, como funciona as premiações e a comunicação.

(estudante de administração)

A oportunidade de conhecer melhor a área de marketing. Uma área que cogitei cursar e admiro bastante.

(estudante de logística)

Momento do debate, onde foram expostos, partes na qual realmente enfrentamos diariamente.

(estudante de administração)

Forma clara das palestras.

(estudante de marketing)

As perguntas aos convidados, foram bem atuais e bem desenvolvidas.

(estudante de administração)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

Amei a forma com que foi passado o conhecimento de ambos os palestrantes para nós alunos, particularmente aprendi bastante coisas novas, como por exemplo: técnicas de incentivo para vendas, como também, a importância da análise de dados para a iniciação de um projeto.

(estudante de administração)

As apresentações foram claras, diferenciadas e contribuíram para o meu conhecimento e forneceram novos “ares” e outra perspectiva.

(estudante de marketing)

Sobre como duas palestras tem assuntos diversos, mas falam sobre como a genialidade no marketing, fez os casos serem bem-sucedidos.

(estudante de jornalismo)

Gostei em todos os aspectos do evento, seja no cronograma, temas e objetivo do evento.

(estudante de publicidade e propaganda)

Gostei das palestras, a parte foram abordados assuntos muito interessante e de muita importância para minha formação.

(estudante de marketing)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

“Poder entender como grandes empresas trabalham a partir de cases de grandes sucessos. Além disso, os palestrantes conseguiram aproximar a teoria da prática.” (estudante de jornalismo)

“Os palestrantes ensinaram de maneira real, mesmo que rapidamente, a realidade do profissional de marketing.”
(estudante de publicidade)

“A objetividade e clareza na exposição do conteúdo chamou atenção, além da organização para a realização da palestra, visualmente bem interessante.”
(estudante de jornalismo)

“A criatividade que o palestrante expôs em relação a criação de propaganda dos produtos e serviços da sua companhia.”
(estudante de processos gerenciais)

“A oportunidade de ver as perspectivas do mercado, aumentou meu conhecimento na área e saber como funciona realmente o mercado.”
(estudante de publicidade)

“Da visão interna das marcas, as estratégias, as ferramentas que usaram e a verdade por trás da produção dos materiais.” (estudante de publicidade)

“A forma que foi realizada, de forma organizada, dinâmica, objetiva e com muita clareza para todos os ouvintes, dando total direito para tirarmos qualquer dúvida. O foco e a determinação mostrou segurança para o ouvinte.”
(estudante de jornalismo)

CITAÇÕES DOS ESTUDANTES - O QUE MAIS GOSTOU NO EVENTO?

“A oportunidade de ouvir profissionais bem-sucedidos no mercado contando suas histórias profissionais e dando detalhes e dicas de seu trabalho.”

(estudante de jornalismo)

“Os debates abordando variados temas permitindo a captação de conteúdo e absorção de novas ideias através da opinião de cada participante.”

(estudante de processos gerenciais)

“O conhecimento das marcas, como funciona tudo por trás de um simples comercial. Abriu mais minha mente a respeito da minha área.”

(estudante de publicidade)

“Incentivo da faculdade na formação profissional dos estudantes mostrando grandes casos de sucesso como exemplo. Faz com que estudantes como eu, tenha a sensação de que podemos fazer parte de futuros casos.” (estudante de publicidade)

“Trazer profissionais das áreas de empresas renomadas e que trazem vida real das agências e departamentos de marketing para a universidade.” (estudante de marketing)

“A preocupação do palestrante em esclarecer suas ideias e produtos de forma interativa e objetiva”

(estudante de processos gerenciais)

“Da oportunidade de conhecer mais profundamente as marcas e o motivo das campanhas de marketing, como consumidora me aproxima.” (estudante de jornalismo)

“Gostei principalmente do conteúdo apresentado pelos palestrantes, os recursos audiovisuais e as interações, além da expertise dos profissionais.”
(estudante de jornalismo)



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
MARKETING &
NEGÓCIOS

**A ABMN ACREDITA
QUE DIVIDIR
APRENDIZADOS
& EXPERIÊNCIAS
É UMA FORMA
DE INSPIRAR.**

CANAIS DIGITAIS:



ABMN Canal



abmn_oficial

OU ACESSE www.abmn.com.br