**Faculdade Vidal**

**Modelo Editável de Trabalho Acadêmico**

Este modelo está em conformidade com as normas da ABNT e IBGE. Contempla:

• Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) de graduação;

• Monografias de cursos de graduação e de especialização;

• Dissertações; e

• Teses.

Atualizado em: Outubro de 2021

Mônica Heyla Amorim Chaves (Bibliotecária)

****

**CAPA**

**Página obrigatória**

**FACULDADE VIDAL**

**CURSO DE GRADUAÇÃO EM (Nome do Curso)**

**NOME DO(A) AUTOR(A)**

**TÍTULO**:

**subtítulo (se houver)**

**LIMOEIRO DO NORTE**

**Ano**

**NOME DO(A) AUTOR(A)**

**FOLHA DE ROSTO**

**Página obrigatória**

**TÍTULO: subtítulo (se houver)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Nome do Curso, pela Faculdade Vidal.

Orientador(a): Professor(a) Nome do(a) Professor(a)

Coorientador(a): (se houver)

**Limoeiro do Norte**

**Ano**

**VERSO**

**FOLHA DE ROSTO**

**Página obrigatória**

|  |
| --- |
| S586m Silva, João Alvarez e Marketing em instituições públicas de Limoeiro do Norte / João Alvarez e Silva. – Limoeiro do Norte CE, 2010. 64f. : il. col.Monografia (Curso de Graduação em Administração) – Faculdade Vidal. Orientador: Prof. Me. Luíz Firmino Bragantino.1. Marketing 2 Limoeiro do Norte I. Título.CDD 658.8 |

**ERRATA**

**ERRATA**

**Página Opcional**

SILVA, João Alvarez e. **Marketing em instituições públicas de Limoeiro do Norte**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Faculdade Vidal, Limoeiro do Norte, 2010.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Folha** | **Linha** | **Onde se lê** | **Leia-se** |
| 25 | 10 | Vida | Vidal |

**FACULDADE VIDAL**

**FOLHA DE**

**APROVAÇÃO**

**Página obrigatória**

**CURSO DE GRADUAÇÃO EM (Nome do Curso)**

Nome do(a) Autor(a)

TÍTULO: subtítulo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado

como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em (Nome do Curso), pela Faculdade Vida.

Aprovado em: \_\_\_\_\_de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_.

**Banca Examinadora**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Nome do(a) orientador(a), sua titulação e Instituição a que pertence).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (Nome do(a) examinador(a), titulação e instituição a que pertence).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (Nome do(a) examinador(a), titulação e instituição a que pertence).

**DEDICATÓRIA**

**Página Opcional**

*A minha família...*

**AGRADECIMENTOS**

**AGRADECIMENTOS**

**Página Opcional**

A Deus pela vida...

Aos meus pais pelo apoio...

**EPÍGRAFE**

**Página Opcional**

*Uma vida sem pensamento é totalmente possível, mas ela fracassa em fazer desabrochar a sua própria essência – ela não é apenas sem sentido; ela não é totalmente viva. Homens que não pensam são como sonâmbulos.*

(Arendt, 2009, p. 214)

**RESUMO**

**RESUMO**

**Página obrigatória**

Apresentação concisa dos pontos relevantes de um texto, isto é, objetivos, metodologia, resultados e conclusões. Deve ser redigido em parágrafo único, justificado, na terceira pessoa do singular, com verbo na voz ativa, em frases correntes, sem enumeração de tópicos, num total de 150 a 500 palavras. A frase de abertura deve explicar o tema do trabalho. Todo o resumo deverá ser digitado com espaço simples.

**Palavras-chave**: Zootecnia. Suinocultura. Criação.

**ABSTRACT**

**ABSTRACT**

**Página obrigatória**

Elemento obrigatório, com as mesmas características do resumo em língua vernácula, digitado ou datilografado em folha separada (em inglês - *Abstract,* em espanhol - *Résumén* em francês - *Resume,* por exemplo). Deve ser seguido das palavras representativas do conteúdo do trabalho, isto é, palavras-chave e/ou descritores, na língua.

**Key-words:** Animal Science. Swine. Creation.

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

**LISTA DE**

**ILUSTRAÇÃOS**

**Página Opcional**

**Figura 1 - Métricas do Facebook** 20

**Figura 2 -**

**LISTA DE TABELAS**

**LISTA DE TABELAS**

**Página Opcional**

**Tabela 1 – Conteúdo de Acesso x Idade** 18

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**LISTA DE**

**ABREVIATURAS**

**E SIGLAS**

**Página Opcional**

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

CRA-CE – Conselho Regional de Administração do Ceará

**LISTA DE SÍMBOLOS**

**LISTA DE**

**SÍMBOLOS**

**Página Opcional**

**MS** Marca de serviço sem registro

® Marca comercial registrada

**TM** Marca não registrada

**SUMÁRIO**

[1 INTRODUÇÃO 16](#_Toc86343055)

[1.1 Objetivos 16](#_Toc86343056)

[1.2 Justificativa do Estudo 16](#_Toc86343057)

[1.3 Metodologia 16](#_Toc86343058)

[1.3.1 Tipo de pesquisa 16](#_Toc86343059)

[1.3.2 Instrumentos e métodos 16](#_Toc86343060)

[1.3.2.1 Questionário qualitativo 17](#_Toc86343061)

[1.4 Delimitação da Pesquisa 17](#_Toc86343062)

[2 REFERENCIAL TEÓRICO 18](#_Toc86343063)

[2.1 Microempresa e Pequena Empresa 18](#_Toc86343064)

[2.2 Marketing Digital 18](#_Toc86343065)

[2.2.1 A era da internet: origem e evolução 18](#_Toc86343066)

[2.2.1.1 Origem 19](#_Toc86343067)

[2.2.1.2 Evolução 19](#_Toc86343068)

[3 ESTUDO DE CASO 20](#_Toc86343069)

[3.1 A Empresa 20](#_Toc86343070)

[3.1.1 Canais de comunicação 20](#_Toc86343071)

[3.1.2 Estratégias utilizadas 20](#_Toc86343072)

[3.2 Coleta e Análise de Dados 20](#_Toc86343073)

[3.2.1 Facebook 21](#_Toc86343074)

[3.2.2 Site 21](#_Toc86343075)

[4 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS 22](#_Toc86343076)

[4.1 Facebook 22](#_Toc86343077)

[4.2 Site 22](#_Toc86343078)

[5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 23](#_Toc86343079)

[REFERÊNCIAS 24](#_Toc86343080)

[GLOSSÁRIO 25](#_Toc86343081)

[APÊNDICE 26](#_Toc86343082)

[ANEXO 27](#_Toc86343083)

[ÍNDICE 28](#_Toc86343084)

# **1 INTRODUÇÃO**

A nomenclatura dos títulos (INTRODUÇÃO, OBJETIVOS, METODOLOGIA...) dos elementos textuais fica a critério do(a) autor(a). Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx.

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

## 1.1 Objetivos

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

## 1.2 Justificativa do Estudo

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

## 1.3 Metodologia

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx.

### 1.3.1 *Tipo de pesquisa*

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx.

### 1.3.2 *Instrumentos e métodos*

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

#### 1.3.2.1 Questionário qualitativo

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx. Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

## 1.4 Delimitação da Pesquisa

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

# 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os títulos das seções primárias devem começar em página (anverso), na parte superior da mancha gráfica e ser separados do texto que os sucede por um espaço entre as linhas de 1,5.

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx XxxxxxxxXxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

## 2.1 Microempresa e Pequena Empresa

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

## 2.2 Marketing Digital

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx[[1]](#footnote-1).

### 2.2.1 A era da internet: origem e evolução

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx. Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx

#### 2.2.1.1 Origem

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx[[2]](#footnote-2). Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx xxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx. Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

#### 2.2.1.2 Evolução

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx[[3]](#footnote-3). Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx xxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx. Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx.

# 3 ESTUDO DE CASO

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxxxxxxxxxxxx.

## 3.1 A Empresa

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx.

### 3.1.1 Canais de comunicação

Xxxxxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

### 3.1.2 Estratégias utilizadas

Xxxxxxxxx Xx Xxxxxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx.

## 3.2 Coleta e Análise de Dados

Xxxxxxxxx Xx Xxxxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

**Tabela 1 – Conteúdo de Acesso x Idade**

|  |  |
| --- | --- |
| Idade | Acesso (conteúdo) |
| 05 - 08 | Vídeos de animação /musicais |
| 09 – 11 | Jogos  |
| 12 – 14 | Redes sociais (diversão) |
| 15 – 17 | Redes sociais (diversão/estudo/trabalho) |

### 3.2.1 Facebook

Xxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx.

Figura 1 - Métricas do Facebook



Fonte: Amancio (2019, p. 7)

### 3.2.2 Site

Xxxxxxxxxxxxxxxxx Xxxxxxxxxxxx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx

Xxxxxxxxxxxxxxxxx Xxxxxxxxxxxx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx

Xxxxxxxxxxxxxxxxx Xxxxxxxxxxxx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx.

# 4 DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Xxxxxxxxx Xx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx.

## 4.1 Facebook

Xxxxxxxxx Xx Xxxxxxxxxxxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx.

## 4.2 Site

Xxxxxxxxx Xx Xxxxx Xxxxxxxx Xxxxxx Xxxxxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx

Xxxxxxxxx Xx.

# 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx XxxxxxxxxxxXxxxxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx XxxxxxxxxxxXxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxx XxxxxxxxxxxXxxxxxxxx Xxxx Xxx Xxxxxxxx Xxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx Xxxxxxxxx Xx Xxx Xxxxxxxx.

# **REFERÊNCIAS**

REFERÊNCIAS

**Página obrigatória**

AMANCIO, R. A. **Impactos das redes sociais pós anos 2000.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2019. *E-book*. Disponível em: http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/impactos dasredessociaisposanos2000.pdf. Acesso em: 15 maio 2021.

CARVALHO, Sérgio Moura. **A internet na América Latina:** surgimento das redes de computadores. São Paulo: Atlas, 2006.

SHEITH, Paula. **Teoria do marketing**: evolução. São Paulo: Planeta, 1998.

VEIGA, Sueli Constância. **Projetos de pesquisa em administração**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

# GLOSSÁRIO

**GLOSSÁRIO**

**Página Opcional**

**Facebook:** rede social que permite conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias.

**Marketing**: estratégia empresarial de otimização de lucros por meio da adequação da produção e oferta de mercadorias ou serviços às necessidades e preferências dos consumidores, recorrendo a pesquisas de mercado, *design*, campanhas publicitárias, atendimentos pós-venda etc.

**Site**: site ou sítio é um conjunto de páginas Web, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo HTTP na Internet.

# APÊNDICE

**APÊNDICE**

**Página Opcional**

APÊNDICE A – Questionário aplicado junto às instituições públicas de Limoeiro do Norte

# ANEXO

**ANEXO**

**Página Opcional**

ANEXO A – Regulamento das Instituições Públicas Municipais de Limoeiro do Norte.

# ÍNDICE

**ÍNDICE**

**Página Opcional**

Acesso 16, 18, 19, 22, 25

Facebook 20, 21, 22

Internet 17, 21, 22

Site 20, 21, 22

1. Xxxxxxxx xx xxxxxx xxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx xxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxx xx xxxxxx. [↑](#footnote-ref-1)
2. Xxxxxxxx xx xxxxxx xxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxx xx xxxxxx xxxxxxxxxxxxxxx xxxxx. [↑](#footnote-ref-2)
3. Xxxxxxxx xx xxxxxx xxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxx xxxxxxx xx xxxxxx. [↑](#footnote-ref-3)