

PROJETO DE MARKETING

ALUNOS



Sumário

1. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

2. CRONOGRAMA

3. KANBAN

4. METAS SMART

5. ANÁLISE SWOT

6. MATRIZ DE STAKEHOLDERS

7. PLANO DE AÇÃO COM DATAS

8. MODELO DE POSTAGEM

9. BENEFÍCIOS PARA A ESCOLA

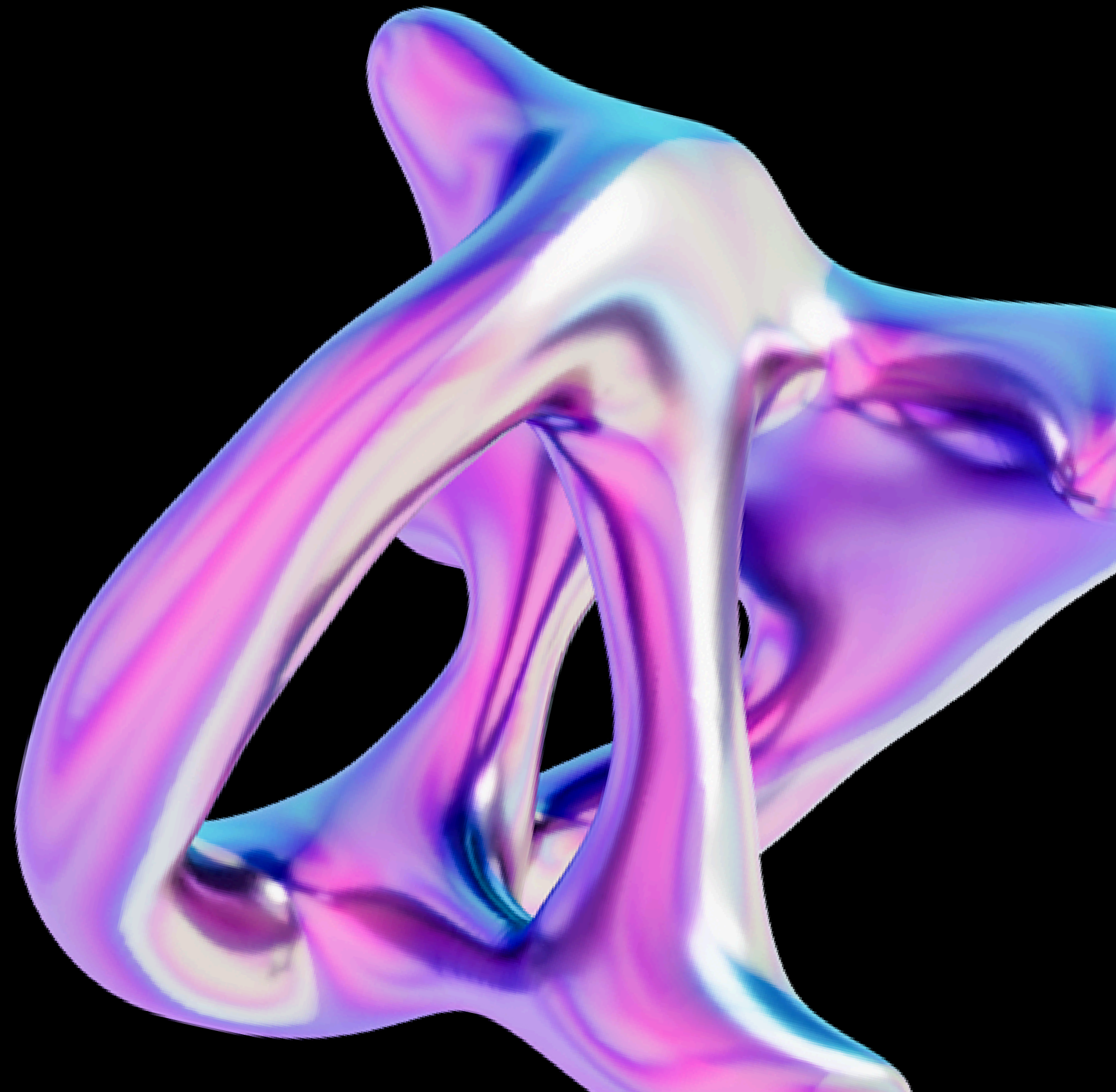
10. PROJETO BASEADO NA LEI

11. CONCLUSÃO



PROJETO PRISMARKETING

A equipe já atua em parceria com a escola, realizando gravações de vídeos, publicações e divulgação de informações importantes. O projeto busca organizar essas ações e ampliar a comunicação escolar.



CRONOGRAMA DE GRAVAÇÕES

ABRIL

08/04 — Conhecimentos gerais.

24/04 — Quem é o aluno mais bonito da escola.

MAIO

13/05 — Vlog rotina escolar

27/05 — Contar curiosidade

JUNHO

10/06 — Música que não sai da cabeça

24/06 — Música mais insuportável

JULHO

08/07 — Dança TikTok

22/07 — O que não pode faltar na bols



CRONOGRAMA DE GRAVAÇÕES

AGOSTO

12/08 — O que esperar do grêmio estudantil

26/08 — Resenha relâmpago

SETEMBRO

09/09 — O que é mais interessante na escola

23/09 — Meme favorito

OUTUBRO

07/10 — História de seis palavras

21/10 — Quem aguenta mais tempo no desafio



KANBAN

Fazer

- Definir tema do vídeo
- Planejar perguntas
- Organizar gravações

Fazendo

- Gravação
- Edição
- Preparação da postagem

Feito

- Publicação da postagem
- Divulgação feita
- Monitoramento

S

Criar conteúdos informativos e interativos

M

Acompanhar visualizações e engajamento

A

Conteúdos produzidos pelos alunos

R

Melhorar comunicação escolar

T

Durante o ano letivo

FORÇAS

- Equipe criativa
- Apoio da escola
- Participação dos alunos

FRAQUEZAS

- Tempo limitado
- Equipamentos reduzidos

S

W

O

T

OPORTUNIDADES

- Redes sociais
- Divulgação escolar
- Engajamento estudantil

AMEAÇAS

- Direito de imagem
- Baixa participação
- Conflito com avaliações

MATRIZ DE STAKEHOLDERS

Alta influência / alto interesse

- Direção
- Coordenação

Alta influência / baixo interesse

- Administração escolar

Baixa influência / alto interesse

- Alunos
- Comunidade escolar

Baixa influência / baixo interesse

- Público externo

PLANO DE AÇÃO COM DATAS

Semana 1

**Definição do vídeo
Organização da gravação**

Semana 2

Gravação do vídeo

Semana 3

Edição e preparação da postagem

Semana 4

Publicação e monitoramento

Postagem semanal

Publicação do cardápio

Postagens mensais

Divulgação de provas e eventos



MODELO DE POSTAGEM

Posts informativos

- Prova Paulista
- Provão Paulista
- SARESP
- Eventos escolares
- Avisos importantes

Posts semanais

- Cardápio da semana
- Informações gerais
- Comunicados escolares

Posts de entretenimento

- Vídeos com alunos
- Perguntas rápidas
- Desafios
- Curiosidades

Benefícios para a escola

- Melhor comunicação com alunos
- Divulgação de provas importantes

- Divulgação de eventos escolares
- Publicação do cardápio semanal
- Organização das informações

- Divulgação do SARESP
- Divulgação da Prova Paulista
- Divulgação do Provão Paulista

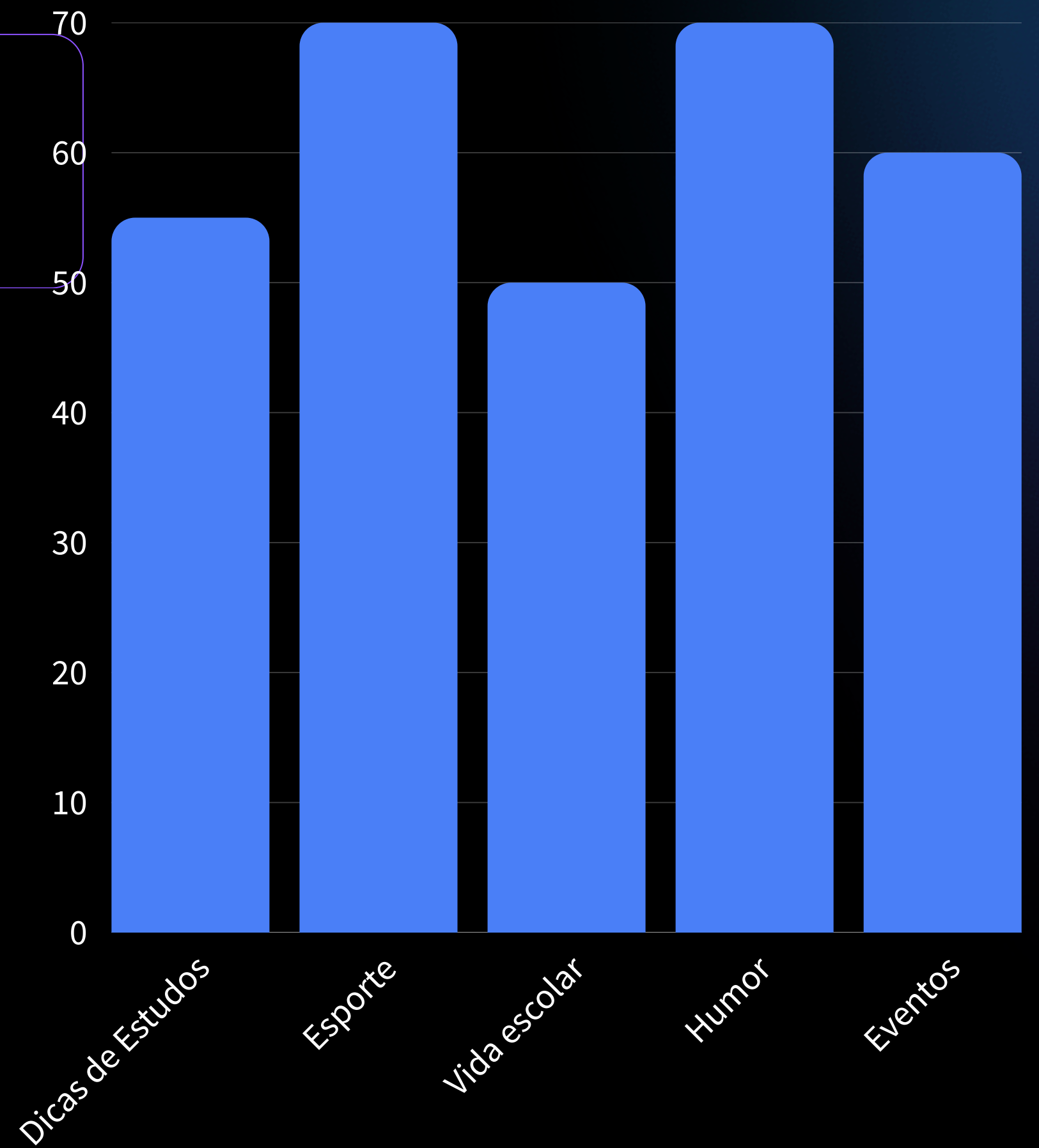
- Engajamento dos estudantes
- Apoio à equipe escolar

Lei Felca

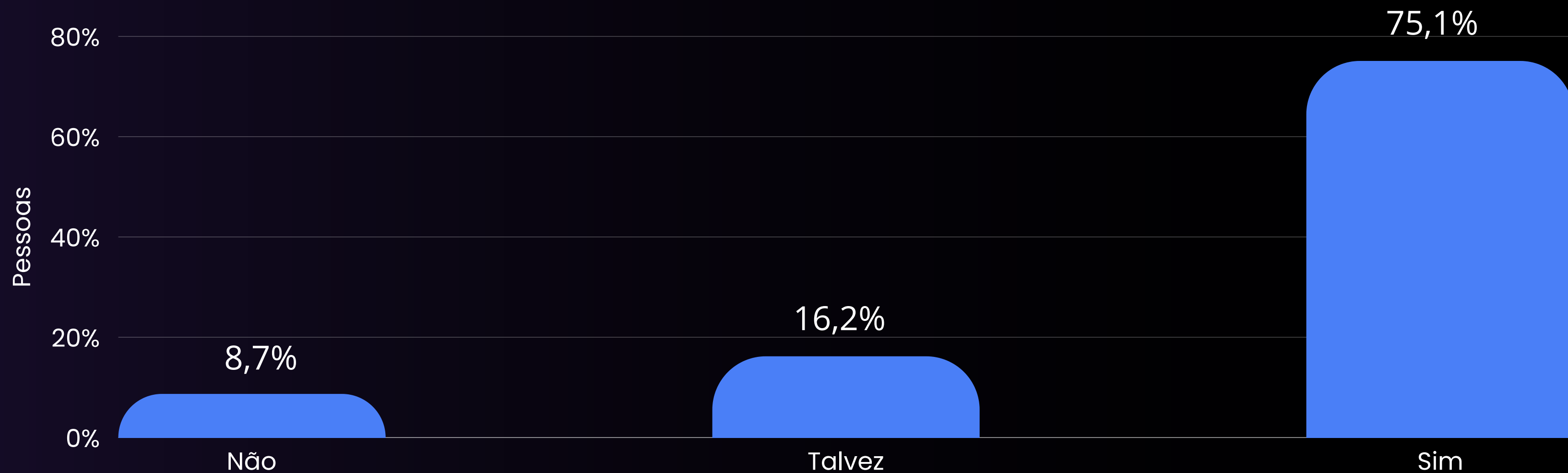
LEI FELCA E O DIREITO DA IMAGEM

COMO O PROJETO IRÁ RESPEITAR A LEI

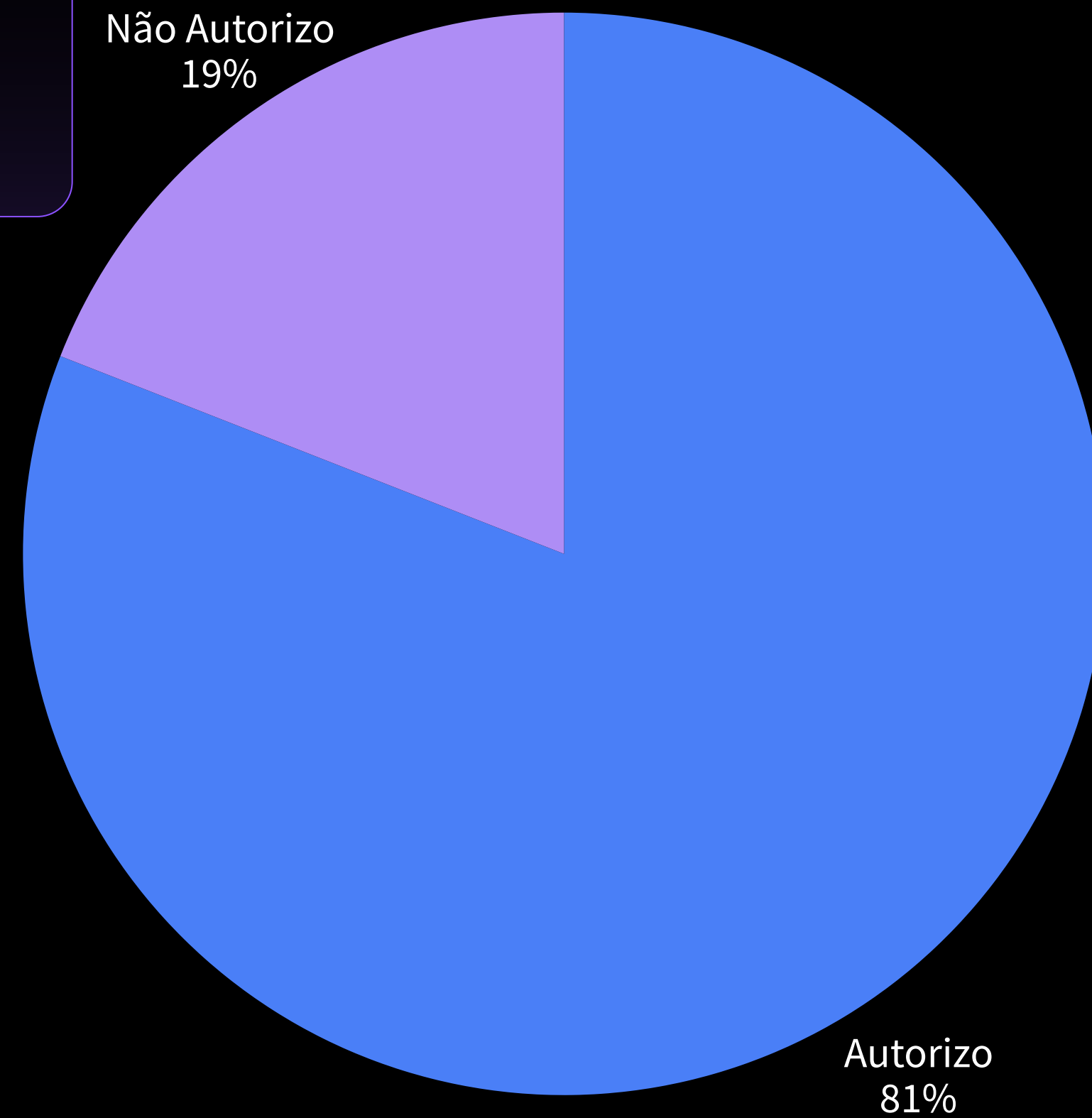
Temas de vídeo



Participação nos vídeos



Uso da Imagem



Plataformas mais utilizadas pelos alunos



Tik Tok 43,3%



Youtube 8,7%



Instagram 48,1%

CONCLUSÃO

O Prismarketing é um projeto que já está sendo desenvolvido junto com a escola e tem como objetivo melhorar a comunicação com os alunos, divulgar provas, eventos, cardápio semanal e criar conteúdos interativos, respeitando sempre o direito de imagem dos estudantes.

Obrigada pela atenção!

Adriana Regina

Éllen Grótolli

Carolina Gonçalves

Cecília Maitan

Nicolly Cássia

 @peipaulosoaes

 <https://www.escolapaulosoaes.com.br/>

 e010637a@educacao.sp.gov.br

 (11) 2658-8296