

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Mestrado em Publicidade e Marketing

Relatório de estágio em marketing corporativo na empresa Insite IT GmbH
(Relatório de estágio com vista à obtenção do grau de Mestre em Publicidade e Marketing)

Francisco de Moura Coutinho Samwell Diniz
Trabalho orientado pelo Prof. Dr. João Carlos V. Ferreira do Rosário

Novembro de 2015

RESUMO

O papel do marketing tem vindo a evoluir a nível corporativo ao longo da história. Nas últimas duas décadas a literatura conceptualizou o marketing corporativo definindo-o como um paradigma que engloba a identidade, comunicação e *branding*, com influência na imagem e reputação de uma organização. Atributo essencial desta abordagem consiste num complexo sistema de interações que se estabelecem a nível corporativo com múltiplas redes relacionais e grupos de *stakeholders*. O interesse do estudo desta disciplina estende-se do marketing para o comportamento organizacional, estratégia e comunicação empresarial. Assim, o marketing corporativo inclui estratégia e cultura organizacional assim como a sua necessária relação de integração numa perspetiva unificadora. A realização de estágio em marketing corporativo na Insite IT, empresa austríaca especialista em gestão de grandes projetos de construção, com o objetivo central da ampliação dos materiais de marketing corporativo da empresa, proporcionou a experiência de participar na definição da estratégia corporativa da empresa e desenvolver materiais de marketing em ambiente de constante realização prática, tendo em conta os princípios do marketing corporativo. Foi adotada uma filosofia de gestão de empreendedorismo de ciclos curtos de experimentação e reflexão, parte da cultura da empresa, para a maximização da relevância das realizações no âmbito das tarefas da função de estagiário. Neste relatório de estágio são apresentadas em pormenor as características específicas que motivaram, condicionaram e caracterizaram a realização do estágio, assim como os seus objetivos particulares e trajeto adotado no sentido de os atingir. O acompanhamento próximo dos responsáveis da empresa proporcionou uma validação rápida dos ciclos de desenvolvimento do estágio, permitindo diversas realizações a nível de materiais de marketing: manual de utilizador modernizado e atualizado, documentos de conteúdo acerca da empresa e do produto, vídeos institucionais e tutoriais acerca do produto e dos seus principais módulos e funcionalidades, assim como a tradução do *software* para a língua portuguesa.

Palavras-chave: Marketing Corporativo, Identidade Corporativa, *Lean Startup*, *Software* de Gestão de Projeto, B2B

ABSTRACT

At corporate level, the role of marketing has been evolving over time. In the last two decades, literature conceptualized corporate marketing defining it as a paradigm that comprises identity, communication and branding, with influence on the image and reputation of an organization. An essential attribute of this approach is a complex system of interactions taking place at the corporate level with multiple relational networks and stakeholder groups. Interest in the study of this discipline extends from marketing to organizational behaviour, strategy and corporate communications. Thus, corporate marketing includes strategy and organizational culture as well as its necessary integrative relationship into a unifying perspective. Participating in an corporate marketing internship at Insite IT, Austrian company specialized in management of large scale construction projects, with the central goal of expansion of the corporate marketing materials of the company, provided the experience of engaging in defining the corporate strategy and develop marketing materials in a constant practical realization environment, taking into account the principles of corporate marketing. A philosophy of entrepreneurial management based on short cycles of experimentation and reflection, part of the company culture, was adopted to maximize the relevance of the achievements within the internship tasks. This report presents in detail the specific features that motivated, conditioned and characterized the realization of the internship, as well as its particular objectives and path adopted in order to achieve them. Close monitoring of the company's managing partners provided a quick validation of development cycles allowing several achievements in terms of marketing materials including: a modernized and updated user manual, a series of documents with content about the company and the product, a set of institutional and tutorial videos about the product and its main modules and features, as well as the translation of the software into Portuguese.

Keywords: Corporate Marketing, Corporate Identity, Lean Startup, Project Management Software, B2B

INDÍCE DE CONTEÚDOS

AGRADECIMENTOS	IV
RESUMO	V
ABSTRACT	VI
INDÍCE DE CONTEÚDOS	VII
INTRODUÇÃO	9
1. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL	11
1.1. Objetivos teóricos	11
1.2. Noções gerais de marketing corporativo	11
1.2.1. Identidade corporativa: cultura e comportamento organizacional.....	16
1.2.2. Estratégia de desenvolvimento de negócio.....	17
1.3. Storytelling	19
1.4. Lean startup	20
1.4.1. Ciclo de <i>feedback</i>	21
2. APRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	23
2.1. História	23
2.2. Equipa	24
2.3. Cultura organizacional	26
2.4. Produto	27
3. DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO	29
3.1. Objetivos práticos	29
3.2. Filosofia de gestão	29
3.3. Ferramentas de trabalho	32
3.4. Ciclo de <i>feedback</i> para materiais de marketing corporativo	33
3.5. Tarefas e materiais de marketing desenvolvidos	34
3.5.1. Manual de utilizador do Insite LMS	34
3.5.2. Conteúdo <i>transmedia</i>	41
3.5.3. Apresentações de módulos.....	52
3.5.4. Vídeos	55
3.5.5. Tradução para português do Insite LMS	61
3.5.6. Estratégia.....	62
4. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES	71
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
6. ANEXOS	82
6.1. ANEXO 1 - CONTEÚDO <i>TRANSMEDIA</i> INSITE IT - INSITE LMS	82
6.2. ANEXO 2 - GRÁFICOS DE SUPORTE AO CONTEÚDO <i>TRANSMEDIA</i>	88