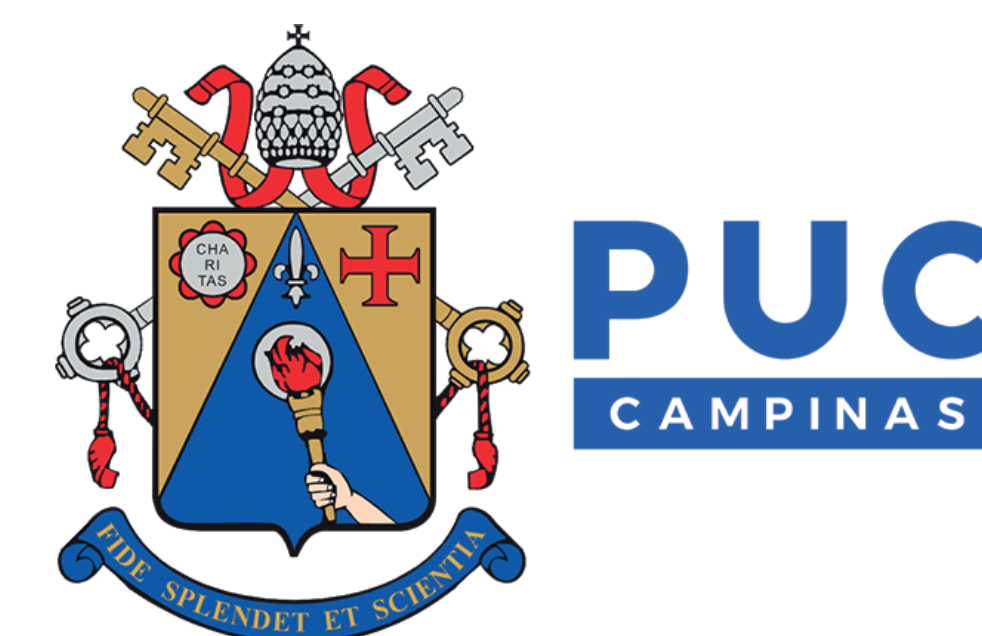


# Projeto Experimental - Trabalho de Conclusão de Curso

Faculdade de Publicidade e Propaganda | Centro de Linguagem e Comunicação - CLC



## CLIENTE

# AMD

AGÊNCIA FORTY ONE  
fortyone.agencia@gmail.com

QUEIROZ, Christopher. FURLAN, Eduardo. SANTOS, Enzo.  
GORAYEB, Felipe. SOUZA, Gabriel. TELLES, Vivian.

Profa. Claudia de Cillo / Prof. Felipe Mattei / Profa. Teresa Cristiane / Profa. Maura Padula / Profa. Silzete Moreira / Prof. Sergio Godoy / Profa. Simone Andrea / Prof. Edson Rossi / Profa. Luciana Fischer

Planejamento Estratégico Advanced Micro Devices. Projeto Experimental - Trabalho de Conclusão de Curso ( Graduação em Publicidade e Propaganda com Ênfase em Marketing) Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Centro de Linguagem e Comunicação, Campinas 2021.

## RESUMO

Esse trabalho é um Projeto Experimental, do curso de Publicidade e Propaganda, realizado com o apoio da instituição PUC-Campinas e com orientação de seus professores. Prospectamos o cliente "AMD - Advanced Micro Devices", realizamos uma assessoria e produção de campanhas como uma agência de publicidade.

Analizamos internamente a empresa, pesquisamos o Macro e Micro ambiente, entendemos as oportunidades e fraquezas do mercado com relação a empresa e criamos uma campanha, que posicione e diferencie a marca no segmento, aumentando sua vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes.

Com a proposta de atingir um novo perfil de público para a marca, foram criadas novas estratégias de comunicação. O intuito por trás do nosso planejamento é desenvolver o sentimento de ser "Campeão", ao associar o uso dos produtos AMD com a alta performance e o bom desempenho dentro do cenário de jogos eletrônicos competitivos.

**Palavras-chave:** placas de vídeo, processadores, desempenho, alta performance, campanha publicitária e campeão.

## OBJETIVOS

### DA EMPRESA

Ser Líder Tecnológica  
Aumento do Market Share

### DE MARKETING

Criar uma imagem de marca mais próxima e humana e aumentar a identificação com o público "gamer"

### DE COMUNICAÇÃO

Reforçar o sentimento de ser campeão ao utilizar os produtos da AMD em seus respectivos jogos

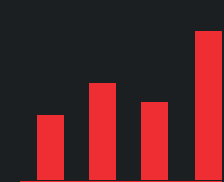
### METAS E OBJETIVOS PARA OS PRÓXIMOS ANOS

Ser reconhecida como marca ideal dentro do segmento de jogos eletrônicos

Manutenção das vendas em 3% para 2022  
Aumento das vendas de Placas de Vídeo

Maior investimento em eventos de E-sports

### METODOLOGIA



ANÁLISE DE MERCADO

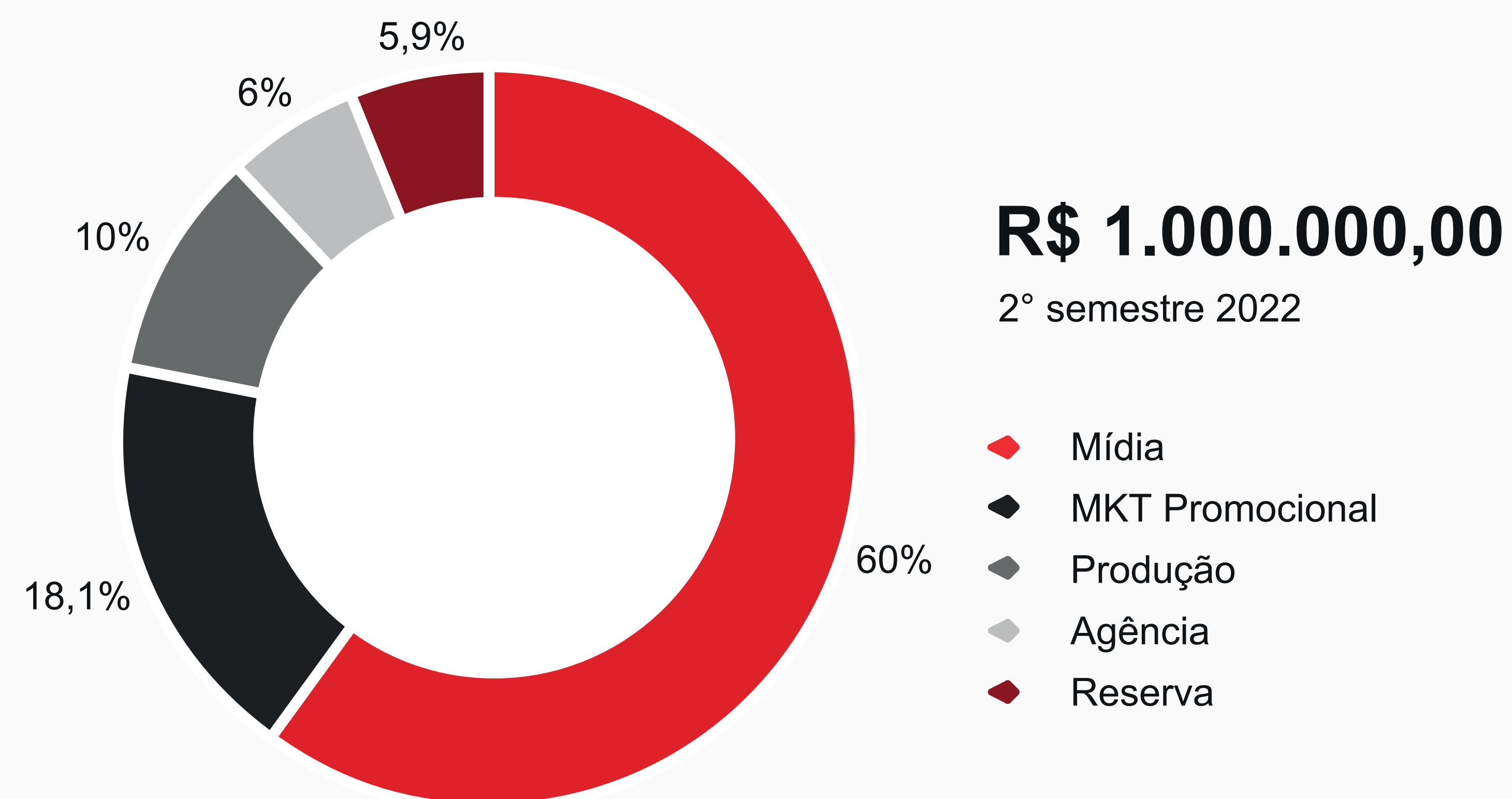


ANÁLISE SWOT



PESQUISA DE CONTROLE

## DISTRIBUIÇÃO DE VERBA



## CRONOGRAMA PARA 2022

JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
INTERNET					
CINEMA					
DOOH					

## PEÇAS

