



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

DESIGN

Vanessa Vieira Mendes
Newhotel Check-In Software
04/06/2018 - 26/11/2018

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

Nome: Vanessa Vieira Mendes

Matrícula: 15204150

Habilitação: Design

E-mail: vanevieiram@gmail.com

Telefone: (48) 998588691

1.2 DADOS DO ESTÁGIO

Concedente: Check-In Informática LTDA

Período Previsto: 04/06/2018 à 26/11/2018

Período referente a este relatório: 04/06/2018 à 25/11/2018

Supervisor/Preceptor: Larissa Ferreira Liz

Jornada Semanal/Horário: 30 horas/semana | 08h00 às 14h00

Assinatura da concedente (ou representante):



**NEWHOTEL CHECK-IN
SISTEMAS PARA HOTELARIA LTDA**

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 1

1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

Objetivo do estágio: Praticar os aprendizados de dentro da sala de aula, aplicando, principalmente, as técnicas relacionadas à Gestão de Marca e Editorial, trazendo à empresa, sua identidade e presença em redes sociais e em eventos do segmento hoteleiro.

Objeto(s) do estágio: Peças de comunicação online e impressa.

Programa de atividades (PAE): Produção de e-books, manutenção da identidade visual, auxílio na gestão de marketing, criação de materiais impressos e digitais que a empresa necessitar.

1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

Resumo da situação da empresa em relação ao Design: Depart. de Marketing com uma estagiária na área de Design Gráfico.

O que foi abordado no estágio: A gestão de marca da empresa, criação de padrões da identidade visual, folders, flyers, cartões de visita, peças gráficas para redes sociais, sites, postagens em blog e eBooks.

Atuação na área gráfica: Folders e cartões de visita.

Atuação na área informatizada (mídias): Redes sociais, site, eBooks, posts em blog.

1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

Infra-estrutura física disponibilizada: Mesa com computador desktop em uma sala ampla com mais nove pessoas. Softwares licenciados e materiais impressos para consulta.

A localização do Design na estrutura organizacional da empresa: A empresa se divide em departamentos, onde, o que faço parte e atuo como estagiária em Design é o depart. de Marketing, composto por mim e minha supervisora (Analista de Marketing).

O local, na estrutura organizacional da empresa, (diretoria, departamento, etc) onde foi realizado o estágio: Departamento de Marketing.

Data do início do estágio: 04/06/2018

Data de encerramento do estágio: 26/11/2018

Carga horária diária: 06 (seis) horas.

Horário diário do estágio (entrada e saída): 08h00 às 14h00 (horário flexível).

1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO

Nome: Julio Monteiro Teixeira

Formação e cargo: Professor Adjunto da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) atuante no Departamento de Expressão Gráfica - EGR.

Contatos (telefone/e-mail): juliomontex@gmail.com



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

DEPARTAMENTO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL

Endereço: 2º andar do prédio da Reitoria, Rua Sampaio Geronazzo, s/nº, Trindade - Florianópolis

Fone +55 (48) 3721-9446 / (48) 3271-9296 | http://portal.estagios.ufsc.br | dip.prograd@contato.ufsc.br

TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 2006224

O(A) Check-In Informática LTDA – ME, CNPJ 01.432.935/0001-00, doravante denominado(a) **CONCEDENTE** representado(a) pelo(a) sr(a) **Thiago Massuia**, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ 83.899.526/0001-82, representada pelo(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof.(a) **Luciano Patrício Souza de Castro**, e o(a) estagiário(a) **Vanessa Vieira Mendes**, CPF 105.574.969-18, telefone 48998588691, e-mail vanevieuram@gmail.com, regularmente matriculado(a) sob número 15204150 no Curso de Design, mediante intermediação do(a) Centro de Integração Empresa Escola de Santa Catarina (CIEE/ESC) como agente de integração (AGI), na forma da Lei nº 11.788/08, da Resolução 014/CUn/11 e das normas do Curso, acertam o que segue:

- Art. 1º:** O presente Termo de Compromisso de Estágio (TCE) está fundamentado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e no convênio firmado entre a **CONCEDENTE**, a UFSC e o AGI em 29/07/2016 e vinculado à disciplina EGR7198.
- Art. 2º:** O(A) Prof.(a) **Julio Monteiro Teixeira**, da área a ser desenvolvida no estágio, atuará como orientador(a) para acompanhar e avaliar o cumprimento do Programa de Atividades de Estágio (PAE), definido em conformidade com a área de formação do(a) estagiário(a).
- Art. 3º:** A jornada semanal de atividades será de **30.00 horas (com no máximo 6.00 horas diárias)**, a ser desenvolvida na **CONCEDENTE**, no(a) **Check-In Informática**, de 04/06/2018 a 26/11/2018, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) **Thiago Massuia** (CPF 379.218.028-69).
- Art. 4º:** O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará segurado(a) contra acidentes pessoais pela apólice Nº **01820000838** da seguradora **Gent Seguradora S.A.** (CNPJ 90.180.605/0001-02).
- Art. 5º:** O estagiário(a) deverá elaborar relatório, conforme descrito no Projeto Pedagógico do Curso, devidamente aprovado e assinado pelas partes envolvidas.
- Art. 6º:** O estagiário deverá informar a unidade concedente em caso de abandono do curso.
- Art. 7º:** O estágio poderá ser rescindido a qualquer tempo por meio de Termo de Rescisão, observado o recesso do qual trata o artigo 9º deste TCE.
- Art. 8º:** O(A) **CONCEDENTE** pagará mensalmente ao(a) estagiário(a): **Bolsa de R\$ 800,00** e mensalmente o auxílio transporte de **R\$ 80,00**.
- Art. 9º:** O(A) estagiário(a) tem direito a **14 dias de recesso remunerado**, a ser exercido durante o período de realização do estágio, preferencialmente durante férias escolares, em período(s) acordado(s) entre o(a) estagiário(a) e o(a) supervisor(a). Caso o estágio seja interrompido antes da data prevista, o número de dias será proporcional e deverá ser usufruído durante a vigência do TCE ou pago em pecúnia ao estudante após sua rescisão.
- Art. 10º:** O(A) estagiário(a) não terá, para quaisquer efeitos, vínculo empregatício com a **CONCEDENTE**, desde que observados os itens deste TCE.
- Art. 11º:** Caberá ao(a) estagiário(a) cumprir o estabelecido no PAE abaixo; conduzir-se com ética profissional; respeitar as normas da **CONCEDENTE**, respondendo por danos causados pela inobservância das mesmas, e submeter-se à avaliação de desempenho.
- Art. 12º:** As partes, em comum acordo, firmam o presente TCE em 4 vias de igual teor.

PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2006224

Durante a vigência do TCE, o(a) estudante desenvolverá as seguintes atividades:

Produção de e-books, manutenção da identidade visual, auxílio na gestão de marketing, criação de materiais impressos e digitais que a empresa necessitar. Relaciona-se com as disciplinas EGR7134 Identidade de marca, EGR7192 Tratamento de Imagem, EGR7136 Projeto Editorial.

Local e Data:

Florianópolis, 05 de julho de 2018

T. Monteiro

Thiago Massuia - Representante na CONCEDENTE e Supervisor(a) no local de Estágio

Julio Monteiro Teixeira - Prof.(a) Orientador(a)

Prof. Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.

Coordenador de Estágios em Design

CCE/UFSC

Portaria nº 005/2018/CCCE

Luciano Patrício Souza de Castro - Coord. Estágios do Curso - UFSC

Vanessa Vieira Mendes - Estagiário(a)

RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 2

2.1 QUADRO CONTENDO:

a) Cronograma com as atividades (projetos) nos quais houve a participação do estagiário (preferencialmente relacionando as datas ou períodos de realização);

b) Tarefas (estabelecidas no PAE) desempenhadas pelo estagiário em cada atividade (projeto) e as horas de trabalho para cumprimento de cada tarefa

c) Se necessário, uma relação complementar de atividades não relacionadas diretamente ao PAE que tenham consumido parcela de tempo representativa em relação à carga horária do estágio.

Semana/Mês	Atividade desenvolvida
1ª/Jun	Ambientação com a empresa e a linguagem dos softwares que a mesma desenvolve. Início da diagramação do primeiro eBook da empresa.
2ª/Jun	Criação de Email Marketing para divulgação do novo sistema de Gestão Hoteleira da empresa Check-In Softwares.
3ª/Jun	Criação de materiais de divulgação em redes sociais e Email Marketing da feira de hotelaria Exprotel 2018.
4ª/Jun	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de Email Marketing para a campanha direcionada à clientes inativos da empresa. • Criação de Anúncio para uma revista impressa referente aos Softwares PMS.
1ª/Jul	Produção de Anúncio Carrossel dos softwares PMS para Google Ads.
2ª/Jul	Produção, orçamento e fechamento de arquivo de Folder A4 com 4 páginas para divulgação de todos os produtos da empresa Check-In.
3ª/Jul	Edição e manipulação de imagens para posts do blog da empresa e produção Stories para divulgação dos posts no Instagram. Auxílio no texto de divulgação dos posts relacionados ao mês de Julho/Agosto.
4ª/Jul	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidade da produção relacionada ao blog da empresa • Produção de novos cartões de visitas.
1ª/Ago	Produção do 2º eBook com tema Revenue Management.

2ª/Ago	Preparação de materiais de divulgação, landing pages, email marketing e redes sociais relacionados ao eBook 2.
3ª/Ago	Edição e manipulação de imagens para posts do blog da empresa e produção Stories para divulgação dos posts no Instagram. Auxílio no texto de divulgação dos posts relacionados ao mês de Agosto/Setembro.
4ª/Ago	Preparação e planejamentos iniciais da nova identidade visual relacionada à fusão da empresa Check-In com a empresa Newhotel, uma empresa internacional de softwares hoteleiros.
1ª/Set	Primeiros posts em redes sociais anunciando a fusão entre as empresas bem como Email Marketing.
2ª/Set	Produção do 3º eBook com assunto voltado à tecnologia na gestão hoteleira.
3ª/Set - Hoje	<ul style="list-style-type: none"> • Planejamento aprofundado da identidade visual adotada pela empresa no Brasil. Padronização de fontes, cores, filtros, imagens e segmentação por tipo de conteúdo, principalmente voltando-se às redes sociais. • Produção de todo o cronograma de postagens de outubro, aplicando efetivamente a nova identidade visual da empresa e desenvolvimento de campanha de produtos Cloud PMS (software Newhotel Check-In) pelo Google Ads. • Material impresso expondo toda a linha de produtos da empresa Newhotel Check-In adaptado para o Brasil.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 1:

[eBook] Marketing Hoteleiro - como usar as redes sociais para atrair mais reservas

Briefing: Desafio de ser o primeiro eBook publicado da empresa. Necessitava de cores divertidas e leitura agradável, precisaria ser adaptável para full screen de computadores/notebooks. Aplicação dos conceitos do Marketing em imagens que ilustrassem o conteúdo.

Público-alvo: Pessoas (homens e mulheres) entre 35 e 50 anos, interessados em modernizar o atendimento ao cliente nos seus hotéis e pousadas.



Capa do eBook 01.

2. Além das reservas

Para a hotelaria, as redes sociais representam uma belíssima ferramenta para ampliar a sua reputação, algo que só se constrói com base em uma boa atuação digital. Uma pesquisa realizada pela [DCCG](#) aponta para dados interessantes. O estudo foi feito com empresas de diversos ramos de atuação, e apontou que os entrevistados consideram as mídias sociais como um gerador de visibilidade online (83,2% dos consultados apontaram este como o maior benefício). Ao mesmo tempo, quando perguntados sobre os resultados colhidos com o uso das redes 48,5% revelaram um aumento no número de vendas e clientes.

Ao relacionar os dados, é possível compreender que as empresas se preocupam mesmo com sua reputação e reconhecimento junto ao mercado consumidor, algo que, se estrategicamente construído, gera resultados financeiros importantes. No caso de um empreendimento hoteleiro, uma boa atuação nas redes potencializa sua capacidade de se destacar, e a consequência do destaque é a escolha do cliente.

O apelo imagético nas redes é algo que contribui para os hotéis. [Os posts com vídeos e fotos](#)

performam de maneira muito mais significativa do que o compartilhamento de links ou os posts sem imagens. Hotéis são ótimos locais para produzir conteúdo audiovisual. Cafés da manhã, atividades, infraestrutura, tudo pode ser utilizado como temática de um post para apresentar ao público os diferenciais do estabelecimento.

Além das imagens, as redes são um ótimo local para compartilhar conteúdos como posts de blog e infográficos. Esse tipo de postagem gera autoridade para o hotel e o coloca com uma imagem de especialista no assunto. O marketing de conteúdo é algo que está em alta e continua sendo um importante diferencial no momento de fidelizar o consumidor. E se você tem dúvidas quanto ao impacto dos conteúdos mais ricos como atrativo. Saiba que [50% dos usuários da rede](#) (cerca de 1,1 bilhão de perfis) curtem páginas relacionadas a turismo, principalmente de hotéis e companhias aéreas.

O interesse combinado com boas postagens eleva a sua importância em meio à concorrência, o que pode gerar aquilo que é o desejo de todo empreendimento comercial: um aumento na sua visibilidade e resultados. É impossível falar de resultados sem falarmos do assunto do próximo capítulo.



5

Páginas internas do eBook 01.

Clique [aqui](#) para conferir na íntegra.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 2:

Email Marketing para divulgação do novo sistema de Gestão Hoteleira da empresa Check-In Softwares

Briefing: Desenvolver um E-mail Marketing de apresentação dos produtos oferecidos pela empresa. Foram 2 segmentos: Um e-mail focado no produto mais barato da linha de PMS (Property Manager System) e outro que mostrasse as três categorias de produtos, convencendo o cliente de que os mesmos se adaptam ao tamanho do hotel do mesmo.

Público-alvo: Pessoas (homens e mulheres) entre 40 e 60 anos, que procuram um sistema de gestão hoteleira com bom custo/benefício.



PMS
Alpha Slim
MELHOR CUSTO BENEFÍCIO PARA O SEU HOTEL

- ✓ Usuários ilimitados
- ✓ Instalação rede local ou na nuvem
- ✓ Sistema moderno e eficiente
- ✓ Suporte FrontDesk 24h | Suporte BackOffice em horário comercial

Condição especial para quem usa
Sistema Classic

implantação remota
GRÁTIS
*por 5 dias

Potencialize sua gestão

CONECTE-SE A NOVAS POSSIBILIDADES!

- Aplicativos
- Motor de reservas
- Channel Manager

E-mail Marketing relacionado ao sistema mais simples da empresa.

Alpha

Diferentes possibilidades
para a gestão do seu hotel

O momento para
se tornar Alpha



Alpha Slim

Pousadas, hostels, redes e hotéis
de pequeno e médio porte.

nexBI

Alpha Plus

Hotéis em rede, resorts e hotéis
de médio e grande porte.

nexBI



Alpha Premium

Hotéis em rede, resorts e
hotéis de grande porte.

BACK-OFFICE

Prosyst

nexBI



E-mail Marketing que apresenta os três sistemas e suas especificades.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 3:

Novos cartões de visitas da empresa.

Briefing: Criação de um novo modelo de cartão de visitas para os funcionários da empresa voltados ao comercial.

Público-alvo: Chamar a atenção de pessoas que participam de feiras e visitas, geralmente homens de 45 à 60 anos.



Frente do cartão de visitas.



Verso do cartão de visitas. Foi produzido em Papel Couchê 300g, laminação fosca e verniz localizado.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 4:

Anúncio Impresso para Revista.

Briefing: Criação de um anúncio de meia página para uma revista sobre hotelaria, apresentando os softwares PMS citados no Email Marketing acima.

Público-alvo: Leitores da revista destinada que, em maioria, são pessoas de 35 à 50 anos, interessadas em hotelaria e/ou donas de hotéis.



PMS Alpha
Diferentes possibilidades para a gestão do seu hotel

Alpha Slim
Pousadas, hostels, redes e hotéis de pequeno e médio porte.
nexBI

Alpha Plus
Hotéis em rede, resorts e hotéis de médio e grande porte.
nexBI

Alpha Premium
Hotéis em rede, resorts e hotéis de grande porte.
BACK OFFICE | Prosyst | nexBI

→ SOLUÇÕES COMPLETAS

Mobile
Governança Digital
Comanda Digital
Check-in Express

Vendas online
Channel Manager
Motor de Reservas

check-in 48 3031 7611
comercial@check-in.com.br
VISITE NOSSO NOVO SITE!
check-in.com.br

Anúncio de meia página para revista impressa.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 5:

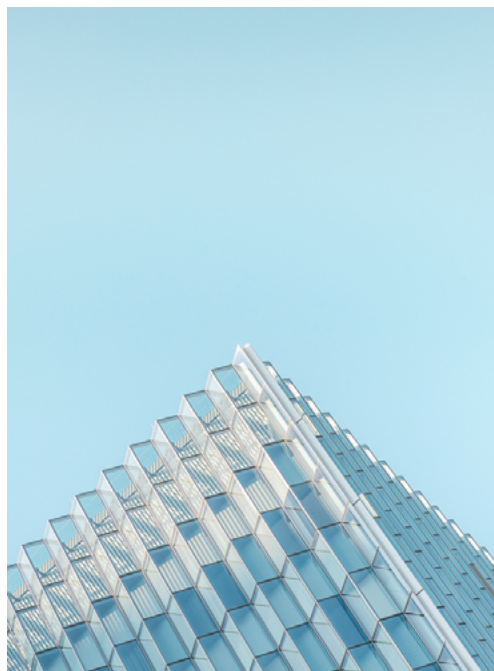
[eBook] Revenue Management - Desafios e Soluções

Briefing: Tornar interessante um assunto conhecido como confuso pelos consumidores e empresários do setor hoteleiro: Revenue Management. Uma demanda também foi a de aumentar o tamanho da fonte utilizada e dinamizar mais a informação.

Público-alvo: Leitores donos de hotéis, pousadas ou redes hoteleiras afim de entender o processo de precificação e apoio à decisão dos serviços prestados.



Capa do eBook 02.



Nos acompanhe! [f](#) [i](#) [in](#) [globe](#)

Resumo

Nesse eBook você verá um contexto sobre a área hoteleira, com números de quedas e subidas da taxa de ocupação nos últimos anos. Também conhecerá a importância do Revenue Management nesse contexto, sendo uma técnica que pode potencializar a receita do seu hotel. Depois disso, aprofundaremos na funcionalidade do RM e por fim deixaremos os principais erros que devem ser evitados. Seja bem vindo e boa leitura!

3

Página de resumo do eBook 02.

Revenue Management: Desafios e Soluções

Isso vale também para os hotéis que estipulam diárias pensando apenas nos custos e não no mercado. Em alguns casos, **é importante rever a margem de lucro estipulada, para que vendas não sejam perdidas em nome de uma meta que não vai ser alcançada dada a ampla concorrência.**

Além da questão de rever as margens de lucro, o hotel precisa estar sintonia com o público que atende. Certas categorias hoteleiras precisam sempre batalhar nas cifras, outros já se podem dar ao luxo de ganhar seus clientes com diferenciais. O importante é saber quem é o "cliente certo na hora certa".

O marketing de massa pode ser ótimo para criar um buzz da sua marca, mas peca no momento de atingir a sua clientela em cheio. **Conhecer quem compra e como compra é fundamental para essas estratégias,**

só assim o hotel consegue impactar seu cliente da maneira correta.

Não podemos nos esquecer da internet. A facilidade de buscar preços, promoções e oportunidades faz com que o consumidor seja muito mais atento aos fatores envolvidos na sua decisão de compra. Portanto, **um hotel que pretende fazer um bom RM não pode deixar de considerar as tarifas distribuídas nas OTAs** (e, claro, o valor cobrado pelas comissões) e no seu próprio site e criar comunicações pertinentes e informativas que auxiliem na decisão da compra.

Por fim, é preciso criar a cultura do Revenue Management. Se tudo se embasa na compra certa, na hora certa e para o cliente certo, a equipe do hotel precisa estar preparada para entender esse conceito e se esforçar para trazer mais resultados.



Página de conteúdo eBook 02.



Página de Conclusão do eBook 02.

Para conferí-lo na íntegra clique [aqui](#).

Nos acompanhe! [f](#) [i](#) [in](#) [v](#)

Conclusão

Essas são algumas dicas e informações relacionadas ao Revenue Management. Apesar do nome complicado e das inúmeras variáveis, fazer RM de uma forma consistente é algo possível em qualquer empreendimento hoteleiro, basta apenas que a equipe gerencial esteja focada em desenvolver melhores práticas e estratégias para otimizar os resultados.

13

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 6:

Stories para Instagram relacionados aos posts no blog da empresa.

Briefing: Fazer stories divertidos para avisar sobre novas postagens no blog, pois o Instagram não era um dos principais veículos de comunicação da empresa. (Este é um Resumo das ações antes e depois da fusão entre as empresas).

Público-alvo: Clientes e interessados no blog que seguem a página no Instagram.



Stories de chamada para o post: 3 maneiras de evitar overbooking em hotéis.



Stories de chamada para o post: Por que pousadas também devem pensar em Marketing Digital.



Stories de chamada para o post: 3 exemplos de como usar Inteligência Artificial na gestão hoteleira.



Stories de chamada para o post: 5 passos para tornar a estratégia de Social Media do seu hotel mais eficaz.



Stories de chamada para o post: O potencial do check-in e check-out automático na retenção de clientes.



Stories de chamada para o post: Entenda como a tecnologia pode facilitar a gestão das equipes do hotel.



Stories de chamada para o post: O impacto da transformação digital no setor hoteleiro.



Stories de chamada para o post: Como calcular o ROI da tecnologia em hotéis.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 7:

Anúncio da fusão da empresa Check-In com a empresa Newhotel.

Briefing: A empresa Check-In, agora, se funde com a empresa Newhotel para formar a Newhotel Check-In. Desenvolvemos ações para anunciar a fusão entre as empresas em redes sociais e email.

Público-alvo: Clientes e inativos de ambas as empresas.



Post para Facebook e Instagram (feed) anunciando a fusão.



Capa para Facebook anunciando a fusão.



Stories do Instagram anunciando a fusão.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 8:

[eBook] O potencial das novas tecnologias na gestão hoteleira

Briefing: Abordar a tecnologia na gestão hoteleira como um investimento para o futuro, mostrando as diversas possibilidades que podem surgir através do uso das mesmas e o quanto elas estão próximas e atuantes na realidade atual.

Público-alvo: Leitores donos de hotéis, pousadas ou redes hoteleiras que ainda não conhecem serviços que podem ser automatizados e facilitadores da gestão do seu negócio.



Capa do eBook 03.



Introdução

Já não é de hoje que ouvimos falar sobre o impacto da tecnologia sobre os mais diversos segmentos de mercado. Modelos de negócio que não levaram a sério os impactos tecnológicos viram seus resultados naufragarem.

Um bom exemplo é a Kodak, poderosa empresa do ramo fotográfico que detinha um “quase monopólio” sobre a produção de papel de impressão para fotos. Com a modernização das câmeras e ascensão das versões digitais, a empresa vivenciou resultados ínfimos e decretou falência.

A tecnologia evolui e se democratiza a uma velocidade incrível. Cabe às empresas adotarem essas novas ferramentas ou ignorá-las, o que pode ter um preço muito alto. Nem sempre as novas tecnologias surgem para sepultar um modelo de negócios, mas é evidente o quanto elas colocam os players do mercado em alerta.

Esse é o **caso da Airbnb**, que se tornou uma das maiores corporações do mercado hoteleiro sem possuir um único hotel, tudo é feito graças à sua engenharia digital e sua capacidade de se adaptar às tendências dos consumidores.

Diante do crescimento no número de novidades digitais, é fundamental que um empreendimento hoteleiro saiba reconhecer os impactos da tecnologia sobre seus negócios.

Neste eBook você vai ver informações sobre Inteligência Artificial aplicada à hotelaria, o potencial dos dispositivos móveis e algumas novidades bem “futuristas”, mas que podem desembarcar em breve no mercado.

Seja bem-vindo ao futuro. Ele está mais presente do que nunca!

4

Página de Introdução do eBook 03.

3. O futuro já está aí

Além das novidades que já figuram pelos hotéis de ponta de todo o mundo, é claro que não deixaríamos de lado o fascínio trazido pelo futuro. Novas invenções são testadas por empresas para criar ferramentas digitais cada vez mais interessantes e funcionais.

Um bom exemplo é a **Realidade Virtual e Realidade aumentada**. A rede Marriot, uma das mais conceituadas do mundo, está utilizando um serviço chamado de VRoom Service, no qual disponibiliza um kit de realidade virtual para que seus hóspedes possam ter experiências em outros destinos da rede e descobrir as particularidades de cada lugar.

Além da realidade virtual, surgem novas “teorias digitais” bastante interessantes, como é o caso da **Internet das Coisas** (IoT).

• Para elucidar a internet das coisas, imagine que seu quarto de hotel inteiro pode ser controlado por um aplicativo do celular. Desde a temperatura da água do chuveiro até a hora certa para abrir as cortinas do quarto, tudo pode ser controlado e automatizado, basta uma conexão com a internet e o aplicativo instalado.

12

Página de conteúdo eBook 03.



Página final do eBook 03, aplicando a nova identidade visual da empresa.

Para conferí-lo na íntegra clique [aqui](#).

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 9:

Sistema de Identidade Visual direcionada aos posts em redes sociais.

Briefing: Mesmo com a fusão, continuei como a responsável pelo Design na empresa no Brasil, o que fez com que precisássemos de um sistema novo de padronização de fontes, tamanhos e estilos de posts para redes sociais (que serviria para direcionar outras plataformas também. Fizemos a distinção entre posts de apresentação de produtos, institucionais e comemorativos.

Público-alvo: Público que curte e segue as páginas da Newhotel Check-In nas redes sociais.



Post para Institucional para promover a imagem da empresa no Instagram, Twitter e Facebook.



Post para Institucional para promover a imagem da empresa no LinkedIn.



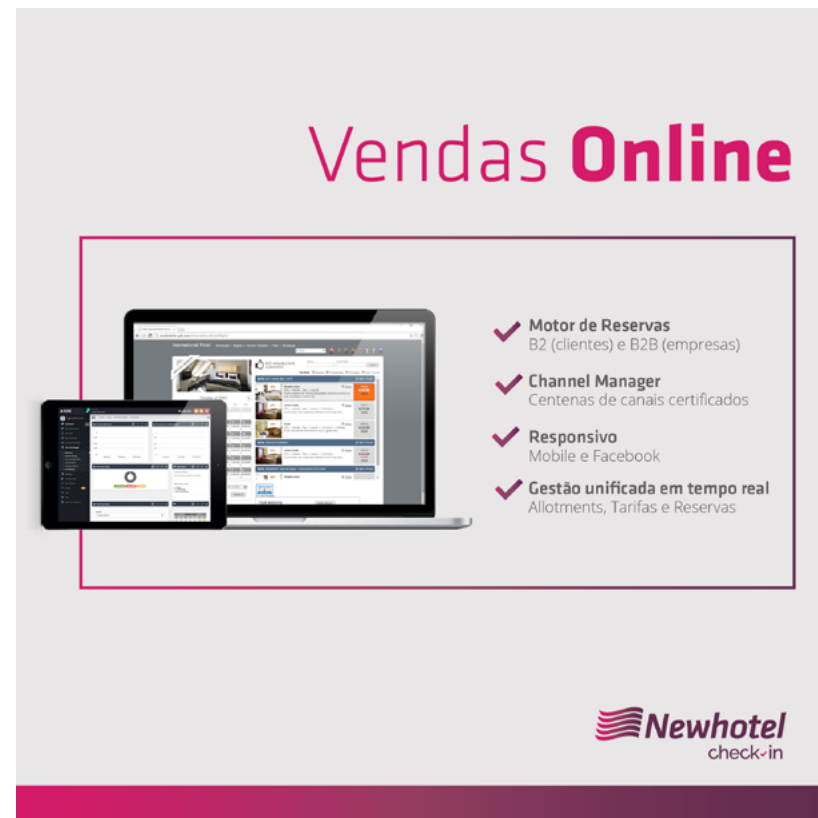
Post informativo para clientes no Instagram, Twitter e Facebook.



Post informativo para clientes no LinkedIn.



Post informativo para clientes, com layout e filtro usado para aplicação de logos e elementos coloridos no Instagram, Twitter e Facebook.



Post de apresentação de Produto/Serviço da empresa. O mesmo é um vídeo que fica em loop no Instagram e Facebook.



Post de campanha de data comemorativa e adaptação da identidade a esse caso: Outubro Rosa.



Post de campanha de data comemorativa e adaptação da identidade a esse caso: Outubro Rosa 02.

**cuidado
E PREVENÇÃO**

Depois do **câncer de pele**, o **câncer de mama** é que **mais atinge as mulheres**.

Autoexame
Fazer o autoexame é fundamental para **detectar alterações na mama** como caroços, mudanças no formato e texturados mamilos e da pele das mamas e secreções. O autoexame **pode ser feito por você mesma**.

Mamografia de rotina
É recomendado que a mamografia seja feita **anualmente** a partir dos **40 anos de idade**.

Hábitos saudáveis
Ter **alimentação saudável**, **evitar consumo de álcool e tabaco** e **praticar exercícios** reduzem as chances de desenvolver o câncer e outras doenças.

Post de campanha de data comemorativa e adaptação da identidade a esse caso: Outubro Rosa 03.

**tratamento
E APOIO**

Quando detectado no início, as **chances de cura do câncer** são de **95%**.

Acompanhamento médico
Ao detectar um tumor nas mamas, é imprescindível consultar um médico e fazer o tratamento que é adequado de paciente para paciente.

Conscientização
Informe as mulheres ao seu redor sobre a doença. Outubro é o mês escolhido para a campanha mas é preciso estar atenta o ano todo.

ONGs de apoio
Existem **ONGs de apoio** e orientação para mulheres com câncer em todo o Brasil. Em **Florianópolis**, existe a **AMUCC**, a **Rede Feminina de Combate ao Câncer** e muitas outras. Você não está sozinha!

Post de campanha de data comemorativa e adaptação da identidade a esse caso: Outubro Rosa 04.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 10:

Material gráfico impresso e atualizado com os novos produtos Newhotel Check-In.

Briefing: A empresa necessitava de um novo material impresso com a identidade visual e produtos fornecidos atualizados, que fosse apresentada de forma dinâmica.

Público-alvo: Clientes ou potenciais clientes, participantes de feiras e visitantes.



Capa do Folder desenvolvido.

Cloud Suite

Sistema de gestão, Reservas online integradas e Pontos de Venda.
Tudo que você precisa para uma **gestão hoteleira completa e eficiente.**



Cloud PMS Profissional

Fácil de usar, com acesso em qualquer lugar via navegador web, o sistema de gestão hoteleira Newhotel Cloud PMS oferece a qualquer Hotel ou Resort as capacidades de controle e gestão mais exigentes, independente de seu tamanho. A partir de uma única janela pode-se realizar todas as operações diárias de front-office.

- Gestão de inventário de berços e camas extras
- Contas avulsas
- NFC-e/SAT/PAF-ECF/MF-e/NFS-e/NF-e/DANFE
- Importação automática de Reservas Online
- Transações de pagamento
- Tarifa Bar variável em função da Ocupação
- Registo de Hóspedes
- Consulta da Conta do Cliente
- Inserir ou alterar reservas
- Check-in e Check-out
- Atualização de preços e disponibilidades nos Canais Online
- Atribuir ou alterar quartos

RESPONSIVIDADE

Aplicações em diferentes dispositivos, possibilitando a mobilidade e rapidez nas operações.



RELATÓRIOS DE GESTÃO

Conjunto de relatórios, estatísticas, previsões e gráficos dispõe de informações indispensáveis para gerir e controlar o negócio de forma profissional.



STANDARDS INTERNACIONAIS

Uniform System of Accounts (USALI) é reconhecido internacionalmente, integrado ao Cloud PMS. Receitas apresentadas automaticamente, bem como DM (Diária Média), RevPAR (Revenue por Available Room), taxas de ocupação, entre outras operações.



GOVERNANTA

Este módulo permite organizar, distribuir e controlar as tarefas diárias do serviço de quarto. Prepara o plano diário de trabalhos por funcionário(a), mudança de roupas, amenities e gestão do room status, adequado para cada hóspede com o conforto de poder controlar tudo através de celular ou tablet.





Página interna do Folder de 6 páginas referente ao Cloud Suite.

Sistemas Integrados

Módulos complementares, para uma gestão ainda mais completa do seu hotel.

Ponto de Venda

Ponto de Venda Cloud para Restaurantes e Bares que permite a operação do sistema local a qualquer momento, 24 horas por dia, mesmo no caso de falta de conexão com a internet.



Stocks Food & Beverage

Sistema especializado de gestão de Estoques, Compras e Inventário. Estrutura de produto configurável suportando grupos, famílias e subfamílias.



Spa e Eventos

Módulo Cloud de Gestão de SPA, Health Clubs e Balneários. Fácil de usar, permite grande flexibilidade na configuração de recursos, salas de tratamentos, serviços, produtos, terapeutas, calendário e períodos de tempo para reservas.



POUPE TEMPO!

É fácil de usar, fácil de aprender e totalmente integrado



POUPE DINHEIRO!

Você não precisa de instalação local no seu Hotel, então não precisará investir em servidores.



MANTENHA SEUS DADOS SEGUROS

Com o banco de dados da Oracle, o software e a base de dados ficam protegidos nos servidores Microsoft Azure e Amazon Data Center



DÊ UM UP NAS VENDAS

Atualize tarifas, disponibilidade e stop-sales e se beneficie com a interface 2-way do seu PMS.



ORACLE
Gold Partner

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

Página interna do Folder de 6 páginas referente aos sistemas integrados.

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 3

3.1 A SITUAÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO FOI SATISFATÓRIA? EM QUE E COMO?

Sim, consegui exercitar os conhecimentos adquiridos no Projeto Branding e Editorial, bem como, composição, noções de Marketing Digital e adaptação de conteúdos para diversas plataformas/versões. Além disso, tive a oportunidade de utilizar um espaço de trabalho de qualidade.

3.2 QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS PONTOS POSITIVOS E OS NEGATIVOS DO ESTÁGIO?

Os pontos positivos foram que tive a primeira oportunidade de trabalhar em uma empresa fora do espaço da UFSC, com planejamento e gestão, trabalhando especificamente na área de Design, com estrutura necessária.

O ponto negativo seria com relação a prazos, pois a empresa ainda está desenvolvendo o departamento de Marketing, composto apenas por duas pessoas, o que torna difícil não existir situações de serviços de última hora.

3.3 AS ABORDAGENS CONCEITUAIS, OS MÉTODOS E AS TÉCNICAS UTILIZADAS NO ESTÁGIO FORAM COERENTES COM O QUE FOI ESTUDADO NO CURSO? QUAIS AS CONVERGÊNCIAS? QUAIS AS DIVERGÊNCIAS?

A maior diferença entre o ensino na UFSC é a aplicação de prazos reais. A metodologia de editorial precisou ser adaptada para que se tornasse mais flexível e se adequasse aos prazos.

O processo criativo é semelhante ao de Branding quando se diz respeito à aplicação da Identidade Visual.

3.4 COMO E EM QUE ESSE ESTÁGIO CONTRIBUIU PARA SUA FORMAÇÃO?

Me tornou uma profissional mais madura e responsável. Entendi a dinâmica do design aplicado no dia a dia de uma empresa em ascensão. Com a fusão entre as duas empresas, pude aplicar, finalmente, diversos conceitos vistos em aula e tornar a identidade visual da empresa mais sólida.

3.5 QUAIS OS CONHECIMENTOS TEÓRICOS E TEÓRICO-PRÁTICOS ADQUIRIDOS NO CURSO QUE FORAM DIRETAMENTE UTILIZADOS?

A aplicação de personas e público alvo foi o principal exercício de empatia e semiótica. Pude analisar, errar e refazer os materiais destinados a um público bem diferente do visto antes durante a graduação até então. Também pude exercitar o processo criativo para desenvolver peças em tempos e prazos diferentes, o que acrescentou na minha flexibilidade enquanto designer.

3.6 QUE CONHECIMENTOS PRESUMIDAMENTE DA ÁREA DE DESIGN FORAM NECESSÁRIOS E NÃO FORAM ESTUDADOS NO CURSO?

A noção de composição, Marketing Digital e toda a área de criação destinada à redes sociais, que não pude aprender durante o curso.

3.7 EM ESCALA DE 0 A 10, QUE VALOR RESUMIRIA, NA SUA OPINIÃO, A CONTRIBUIÇÃO DO ESTÁGIO PARA SUA FORMAÇÃO?

Em 8. Ainda preciso de uma oportunidade mais vasta de criação, dentro da empresa ou através de freelas, projetos da UFSC e etc. Mas, no geral, foi um ponto de partida muito importante, hoje me sinto mais preparada para encarar novos desafios e para cumprir meu papel na sociedade.

RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 4



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Expressão Gráfica
Curso de Design



Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente

Nome da Empresa Concedente: check-in
Estagiário: Vanessa Luísa Mendes
Área do Estágio: Marketing
Período de realização do estágio: 04/06/2018 - 26/11/2018
Supervisor de Estágio: laurina fernanda liz
Contatado Supervisor de Estágio (fone/e-mail): (48) 30317611 - laurina.liz@newhotel.com.br

1. Iniciativa e auto-determinação: proposta e/ou apresentação de ações independentes de solicitações:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
2. Qualidade das tarefas: organização, clareza e precisão no desenvolvimento das atividades conforme padrões estabelecidos pela empresa:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
3. Criatividade: capacidade de sugerir, projetar e executar modificações ou novas propostas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
4. Dinamismo: Agilidade frente às situações apresentadas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
5. Resiliência: Capacidade de adequar o comportamento/condução a circunstâncias adversas ou mudanças:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
6. Interesse: Envolvimento na solução de problemas, disposição na busca de alternativas e conhecimentos para a execução de tarefas propostas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
7. Relacionamento interpessoal: facilidade de relacionamento/comunicação com os demais componentes da equipe de trabalho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
8. Cooperação: pré-disposição à colaborar com a equipe na resolução de tarefas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
9. Disciplina e responsabilidade: comprometimento com horários, prazos, cumprimento de regras e normas da empresa:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
10. resultado: rendimento apresentado em relação às atividades solicitadas ao desenvolvimento:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
Média										X

Outras Considerações: A Vanessa se mostrou sempre pro-ativa e interessada pelas atividades da empresa.



Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Expressão Gráfica
Curso de Design



Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador

Estagiário: Vanessa Luísa Mendes
Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Juliano Monteiro Samara
E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: juliamonteiro@gmail.com
Data da entrega do Relatório para a avaliação: 26/11/2018

Para auxiliar a avaliação
Esta carta deve ser preenchida pelo(a) Prof.(a) Orientador(a) a partir da disponibilização do Relatório Final de Estágio pelo(a) aluno(a) orientado(a). Os itens abaixo dizem respeito aos quesitos padrões deste documento. Para auxiliar na avaliação, o(a) Prof.(a) Orientador(a) pode encontrar recomendações e um modelo de relatório padrão no seguinte link, na aba "Manual do Prof. Orientador":

<http://estagiodesign.paginas.ufsc.br>

1. Relatório - Conteúdo: Preenchimento adequado das seções do relatório, ortografia, organização textual e gráfica.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
2. Relatório - Projetos: Apresentação adequada das imagens dos projetos desenvolvidos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
3. Conhecimento aplicado: A demonstração do uso de conhecimentos técnicos e práticos adequados no desenvolvimento dos projetos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
4. Objetivos Alcançados: Se o aluno cumpriu, do ponto de vista acadêmico e profissional, objetivos propostos pelos projetos desenvolvidos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
5. Prazo: Entrega do relatório com o prazo mínimo de uma semana para a avaliação.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

Média	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

Outras Considerações:

FPOLIS
Cidade

04/12/2018
Data



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

DESIGN

Vanessa Vieira Mendes
Newhotel Check-In Software
04/06/2018 - 26/11/2018