



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

**DESIGN**

**Aline Nilze Linhares**  
SBTUR - Viagens e Turismo S.A  
30/09/2019 - 29/11/2019



## **1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO**

**Nome:** Aline Nilze Linhares

**Matrícula:** 10201919

**Habilitação:** Design

**E-mail:** aline.nlinhares@gmail.com

**Telefone:** (48) 99910-1825

## **1.2 DADOS DO ESTÁGIO**

**Concedente:** SBTUR - Viagens e Turismo S.A.

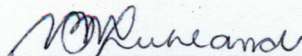
**Período Previsto:** 30/09/2019 - 29/11/2019

**Período referente a este relatório:** 30/09/2019 - 29/11/2019

**Supervisor/Preceptor:** Bárbara Mendonça Ruhland

**Jornada Semanal/Horário:** 20h/semana

**Assinatura da concedente (ou representante):**



---





# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 1**

### 1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

**Objetivo do estágio:** Aplicar o conhecimento obtido durante o período da graduação, por meio de práticas demandadas pela concedente, experienciando o trabalho e a rotina do profissional do Design.

**Objeto(s) do estágio:** Materiais de apoio para eventos e comunicados internos, peças promocionais e interface para o site atual.

**Programa de atividades (PAE):** Diagramação de conteúdos digitais, produção de flyers, folders, materiais de comunicação interna (endomarketing: e-mails, sinalização interna, materiais para eventos etc.) e externa. Manutenção das redes sociais: copywriting, desenvolvimento de conteúdo e identidade das páginas. Desenvolvimento de interfaces para web e ajustes na UI do ERP.

### 1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

**Resumo da situação da empresa em relação ao Design:** O Design e a cultura da instituição são um diferencial, permeando todas as atividades realizadas no âmbito empresarial.

**O que foi abordado no estágio:**

**Atuação na área gráfica:** Concepção de materiais gráficos e desenvolvimento de interfaces.

**Atuação na área informatizada (mídias):** Adobe Illustrator, Adobe Photoshop e RD Station.

### 1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

**Infra-estrutura física disponibilizada:** A empresa dispõe de uma estrutura considerável, ocupando três andares de um prédio comercial na região central de Florianópolis. O setor de marketing situa-se ao lado da área de recursos humanos e comercial, atendendo às suas demandas.

**A localização do Design na estrutura organizacional da empresa:** É um dos pilares essenciais na estrutura organizacional da empresa.

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

**Data do início do estágio:** 30/09/2019

**Data de encerramento do estágio:** 29/11/2019

**Carga horária diária:** 8 horas

**Horário diário do estágio (entrada e saída):** Das 9h às 18h

## **1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO**

**Nome:** Profa. Dra. Marília Matos Gonçalves

**Formação e cargo:** Coordenadora do Curso de Design do Departamento de Comunicação e Expressão Gráfica - EGR - UFSC

**Contatos (telefone/e-mail):** 3721-6609 / marilia.goncalves@ufsc.br



## UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

DEPARTAMENTO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL

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

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

### TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 2023173

O(A) **SBTUR - Viagens e Turismo S.A.**, CNPJ 04.495.717/0001-02, doravante denominado(a) **CONCEDENTE** representado(a) pelo(a) sr(a) **Milton Sérgio Silveira Zuanazzi**, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ 83.899.526/0001-82, representada pelo(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof.(a) **Andre Luiz Sens**, e o(a) estagiário(a) **Aline Nilze Linhares**, CPF 078.702.429-50, telefone (48) 9609-3879, e-mail [altheia1992@yahoo.com.br](mailto:altheia1992@yahoo.com.br), regularmente matriculado(a) sob número 10201919 no Curso de **Design** 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** e a **UFSC em 20/05/2015** e vinculado à disciplina **EGR7198- Estágio (360h/a)**.
- Art. 2º:** O(A) Prof.(a) **Márlia Matos Gonçalves**, 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 **40.00 horas (com no máximo 8.00 horas diárias)**, a ser desenvolvida na **CONCEDENTE**, no(a) **Marketing**, de **30/09/2019 a 29/11/2019**, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) **Bárbara Mendonça Ruhland (CPF 073.698.209-47)**.
- Art. 4º:** O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará segurado(a) contra acidentes pessoais pela apólice N° **1245** da seguradora **Gente 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) estagiário(a) realizará o presente estágio sem remuneração.
- Art. 9º:** O(A) estagiário(a) tem direito a **5 dias de recesso**, 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 5 vias de igual teor.

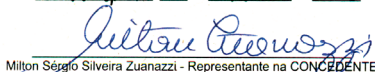
### PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2023173

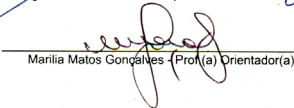
Durante a vigência do TCE, o(a) estudante desenvolverá as seguintes atividades:

Diagramação de conteúdos digitais, produção de flyers, folders, materiais de comunicação interna (endomarketing: e-mails, sinalização interna, materiais para eventos etc.) e externa. Manutenção das redes sociais: copywriting, desenvolvimento de conteúdo e identidade das páginas. Desenvolvimento de interfaces para web e ajustes na UI do ERP.

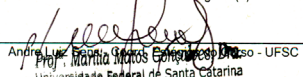
Local e Data:

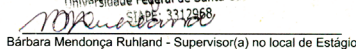
Florianópolis, 31 de outubro de 2019.

  
Milton Sérgio Silveira Zuanazzi - Representante na CONCEDENTE

  
Márlia Matos Gonçalves - Prof.(a) Orientador(a)

  
Aline Nilze Linhares - Estagiário(a)

  
Prof. Andre Luiz Sens - Coordenador do Curso - UFSC  
Universidade Federal de Santa Catarina  
IDMPE: 3312968

  
Bárbara Mendonça Ruhland - Supervisor(a) no local de Estágio

# 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.

<b>Semana/Mês</b>	<b>Atividade desenvolvida</b>
1a/Outubro	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concepção de imagem, texto e formulário, dispostos em e-mail, para a divulgação da campanha interna de Outubro Rosa</li><li>- Revisão de conteúdo e layout de e-mail para campanha de Mês das Crianças</li><li>- Criação de novas artes para trilha de Ads no Facebook e Instagram</li></ul>
2a/Outubro	<ul style="list-style-type: none"><li>- Criação de layout para página de agradecimento com foco em conversão</li><li>- Desenvolvimento, impressão e montagem de peças para treinamento e desenvolvimento do setor comercial</li><li>- Criação de e-mail de apoio à campanha de Mês das Crianças</li><li>- Desenvolvimento de peças para uso comercial no WhatsApp: sintetização de conteúdos informativos</li></ul>
3a/Outubro	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concepção de cartão virtual para divulgação interna de evento de Halloween</li><li>- Desenvolvimento de artes para uso comercial no WhatsApp: campanha de Mês das Crianças no Garopaba Mar Hotel</li></ul>
4a/Outubro	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concepção de logotipo para programa interno de capacitação (Check-in)</li><li>- Criação de banner, com foco em conversão, para a página de hotéis (site)</li><li>- Continuação do desenvolvimento de peças para uso comercial no WhatsApp: sintetização de conteúdos informativos</li></ul>

5a/Outubro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepção de novo layout para a página inicial do site institucional</li> <li>- Desenvolvimento de novo layout para a página interna de hotéis (site)</li> </ul>
1a/Novembro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepção de peças para a campanha de Fim de Ano</li> <li>- Criação de templates de e-mail para o setor de fornecedores</li> </ul>
2a/Novembro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepção de logotipo para programa interno de capacitação (Voando Alto)</li> <li>- Desenvolvimento de logotipo para programa interno de capacitação (Apaixonados pelo Colaborador)</li> <li>- Criação de pôster para campanha interna de doação de alimentos</li> </ul>
3a/Novembro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento de arte para uso comercial no WhatsApp: campanha de Fim de Ano e premiações</li> <li>- Criação de nova assinatura de e-mail (Viajar Faz Bem)</li> <li>- Concepção de funis de venda para o planejamento de marketing de 2020</li> </ul>
4a/Novembro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de cronograma para programa interno de capacitação e material para divulgação do primeiro encontro de lideranças (Voando Alto)</li> <li>- Criação de wallpaper para os colaboradores (Viajar Faz Bem)</li> <li>- Criação de capa para página empresarial no LinkedIn (Viajar Faz Bem)</li> </ul>





## 2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

### a) AÇÃO 1:

Concepção de imagem, texto e formulário, dispostos em e-mail, para a divulgação da campanha interna de Outubro Rosa

**Briefing:** Conceber um material criativo a ser divulgado via e-mail com o tema orientado às “forças femininas”. O objetivo deste material é incentivar os colaboradores a celebrarem as mulheres que os ajudaram a chegar onde estão.

**Público-alvo:** Colaborador



Demonstração do cabeçalho do e-mail

## b) AÇÃO 2:

Revisão de conteúdo e layout de e-mail para campanha de Mês das Crianças

**Briefing:** Revisar layout e conteúdo do e-mail da campanha mensal de Indicação Premiada. O conteúdo visa estimular clientes já fidelizados a indicarem amigos em troca de prêmios e vantagens - definição do programa vigente. O material foi estruturado na plataforma RD Station, que possui algumas limitações no uso de margens, tabelas e alterações nas entrelinhas, além de nem sempre permitir html.

**Público-alvo:** Clientes



**Mês das Crianças**

**INDICAÇÃO PREMIADA**

**É hora de se divertir e comer muito!**

Se tem algo que podemos aprender com as **crianças** é levar a vida com leveza e aproveitar os prazeres! É com essa energia que comemoramos a chegada de outubro aqui no Clube SBTUR.


Aproveitando o colorido da primavera e a alegria dos pequenos, chegou o **Mês das Crianças** no Indicação Premiada 2019. Vamos conferir o superprêmio para quem for o maior indicador do **mês**?



Pensando em quem gosta de viajar para curtir a natureza e comer bastante, que tal levar diárias para curtir um hotel fazenda e levar as **crianças**? :)

Este **mês vamos premiar com 02 diárias no Fazenda Park Hotel (Gaspár/SC)** o(a) cliente que tiver o maior número de indicações com o pagamento da primeira mensalidade do Clube SBTUR realizado entre 01/10 a 31/10.

Confira as regras!



**O vencedor ganhará 02 diárias no Fazenda Park Hotel em Gaspár/SC\***


\* Para utilização até fevereiro/2020.  
\*\* O critério de desempate é a data em que a indicação pagou a 1ª mensalidade. Quem pagar antes, leva a vantagem.  
\*\*\* A campanha se encerra no dia 31/10/2019.

Lembrando que a cada 02 indicações você já ganha uma mensalidade grátis + 100 pontos SBTUR! Cada ponto SBTUR equivale a 1 real que você pode utilizar em diárias, passagens e camas extras. :)

**Quer garantir 2 diárias no Fazenda Park Hotel?  
Comece a indicar agora!**

**QUERO INDICAR**

Se preferir, responda esse email com **nome e telefone** da sua indicação que um de nossos consultores entrará em contato.



**Desirée Thomaz**  
O que falta para você viajar?  
(48) 4001.9200

Enviado por SBTUR Viagens SA  
Pianópolis - SC  
Se deseja não receber mais mensagens como esta, [clique aqui](#)

Demonstração do e-mail em duas partes para apreciação

### c) AÇÃO 3:

Criação de novas artes para trilha de Ads no Facebook e Instagram

**Briefing:** Criar imagens sequenciais que abordam as dores da persona, além das soluções que um Clube de Viagens pode oferecer, visando estimular a conversão na página de cadastro.

**Público-alvo:** Possíveis clientes



Demonstração das imagens que compõem o carrossel para a divulgação da campanha no Facebook e Instagram Ads (Trilha 1)

**Difícil de  
programar  
as férias?**



**garanta sua  
hospedagem**



**com o Clube de  
Viagens SBTUR!**



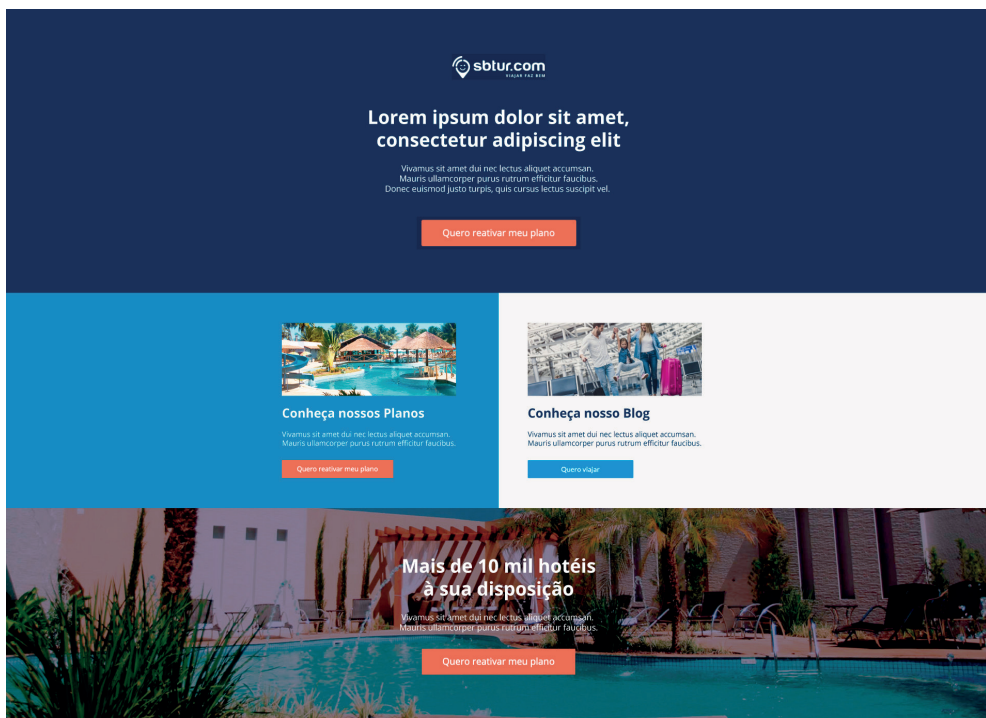
Demonstração das imagens que compõem o carrossel para a divulgação da campanha no Facebook e Instagram Ads (Trilha 2)

## d) AÇÃO 4:

Criação de layout para página de agradecimento com foco em conversão

**Briefing:** Criar layout para página de agradecimento objetivando informar possíveis clientes sobre as vantagens do Clube. Após efetuar o cadastro via Facebook Ads (Ação 3), o usuário não retorna ao site ou recebe outros conteúdos, sendo abordado pelo setor comercial ainda “cru”, sem conhecimento prévio do produto. Logo, visando reverter este cenário, uma página de agradecimento se fez necessária.

**Público-alvo:** Possíveis clientes



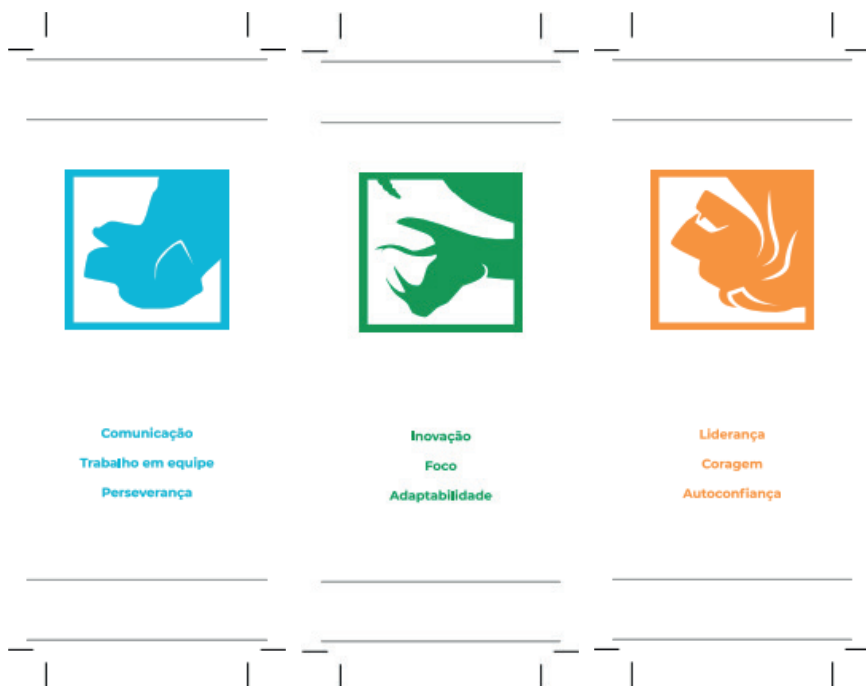
Apresentação do layout para página de agradecimento

## e) AÇÃO 5:

Desenvolvimento, impressão e montagem de peças para treinamento e desenvolvimento do setor comercial

**Briefing:** Com base em dinâmica promovida pelo setor de recursos humanos, criar displays de mesa que servirão como termômetro de humor de cada integrante do setor comercial. Baseado em arquétipos de animais construídos pelos colaboradores, o projeto visa extinguir a rivalidade existente entre dois times comerciais, cujos nomes eram atrelados a arquétipos anteriores: “formigas” e “fênix”.

**Público-alvo:** Colaboradores do setor comercial



Demonstração do modelo de arquivo fechado para impressão



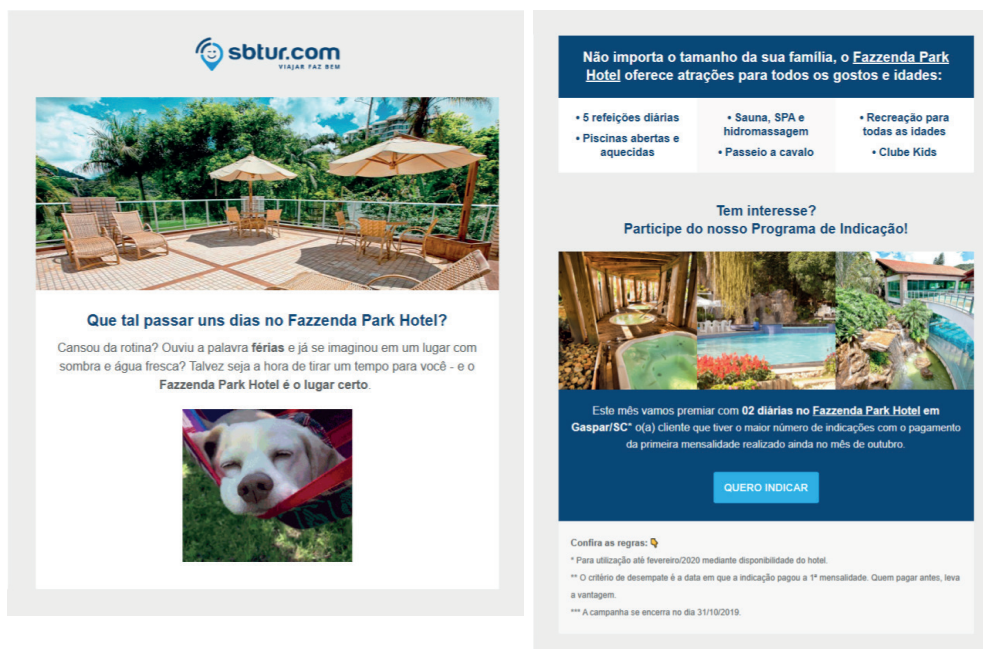
Apresentação de displays de mesa com os animais que compõem o termômetro de humor

## f) AÇÃO 6:

Criação de e-mail de apoio à campanha de Mês das Crianças

**Briefing:** Conceber layout de e-mail para a campanha de Mês das Crianças objetivando divulgar o Fazzenda Park Hotel, cujas diárias foram ofertadas na campanha de Indicação Premiada do mês de outubro (Mês das Crianças). O material foi estruturado na plataforma RD Station que, como mencionado anteriormente, possui algumas limitações.

**Público-alvo:** Clientes



The image displays a two-part email layout for a promotion at Fazzenda Park Hotel. The top part features the SBTUR logo and a photo of a resort patio with lounge chairs and umbrellas. Below the photo is the headline "Que tal passar uns dias no Fazzenda Park Hotel?" followed by a paragraph about escaping the routine and a photo of a dog in a hammock. The bottom part has a dark blue header with the text "Não importa o tamanho da sua família, o Fazzenda Park Hotel oferece atrações para todos os gostos e idades:". This is followed by a list of amenities: 5 daily meals, open and heated pools, Saunas, SPA, and hydro massage, horse riding, and recreation for all ages including a kids club. Below this is the question "Tem interesse? Participe do nosso Programa de Indicação!" and a photo of the hotel's outdoor pools. A blue box contains the offer: "Este mês vamos premiar com 02 diárias no Fazzenda Park Hotel em Gaspar/SC\* o(a) cliente que tiver o maior número de indicações com o pagamento da primeira mensalidade realizado ainda no mês de outubro." A "QUERO INDICAR" button is positioned below the offer. At the bottom, there are three small footnotes regarding the offer's validity and terms.

**sbtur.com**  
VIAGAR FAZ BEM

**Que tal passar uns dias no Fazzenda Park Hotel?**

Cansou da rotina? Ouviu a palavra **férias** e já se imaginou em um lugar com sombra e água fresca? Talvez seja a hora de tirar um tempo para você - e o Fazzenda Park Hotel é o lugar certo.

**Não importa o tamanho da sua família, o Fazzenda Park Hotel oferece atrações para todos os gostos e idades:**

- 5 refeições diárias
- Piscinas abertas e aquecidas
- Sauna, SPA e hidromassagem
- Passeio a cavalo
- Recreação para todas as idades
- Clube Kids

**Tem interesse?  
Participe do nosso Programa de Indicação!**

Este mês vamos premiar com **02 diárias no Fazzenda Park Hotel em Gaspar/SC\*** o(a) cliente que tiver o maior número de indicações com o pagamento da primeira mensalidade realizado ainda no mês de outubro.

**QUERO INDICAR**

Confira as regras: 📄

\* Para utilização até fevereiro/2020 mediante disponibilidade do hotel.

\*\* O critério de desempate é a data em que a indicação pagou a 1ª mensalidade. Quem pagar antes, leva a vantagem.

\*\*\* A campanha se encerra no dia 31/10/2019.

Demonstração do e-mail em duas partes para apreciação



## g) AÇÃO 7:

Desenvolvimento de peças para uso comercial no WhatsApp: sintetização de conteúdos informativos

**Briefing:** Desenvolver peças de conteúdo informativo sintetizado para uso comercial no WhatsApp. Estes materiais objetivam alinhar a experiência do cliente com o script utilizado no momento da venda.

**Público-alvo:** Possíveis clientes

**HOTÉIS CONVENIADOS**  
São aqueles em que você utiliza 1 diária do seu plano para se hospedar por 1 diária no local.

**HOTÉIS CREDENCIADOS**  
Possuem uma tarifa mais alta, são hotéis de categorias mais elevadas, como resorts.

**7 DIÁRIAS PARA VOCÊ USAR COMO QUISER!**

**Ou... você também pode usar parte do seu crédito na agência!**



Apresentação de duas peças com conteúdos referentes ao uso de diárias

## h) AÇÃO 8:

Concepção de cartão virtual para divulgação interna de evento de Halloween

**Briefing:** Conceber peça temática de Halloween para a divulgação de evento de confraternização interna via e-mail.

**Público-alvo:** Colaboradores



Demonstração do cartão digital com temática de Halloween

## i) AÇÃO 9:

Desenvolvimento de artes para uso comercial no WhatsApp: campanha de Mês das Crianças no Garopaba Mar Hotel

**Briefing:** Desenvolver peças de conteúdo referente a promoções lançadas para os meses de dezembro, janeiro e fevereiro no Garopaba Mar Hotel. Estes materiais promocionais visam fortalecer o poder de barganha do vendedor no momento da negociação.

**Público-alvo:** Possíveis clientes

<p>Dezembro / <b>Pé na Areia</b></p>	<p>Janeiro e fevereiro <b>Férias em família</b></p>
<p>01/12/2019 a 31/12/2019</p>	<p>01/01/2020 a 29/02/2020</p>
 <p><b>Fique 3 noites, PAGUE 2!</b></p>	 <p><b>1 Caipirinha na faixa todos os dias!*</b></p>
<p>Cliente SBTUR fica 3 noites, mas paga 2. <b>20% off</b> no restaurante Parador Garopaba, à beira-mar*</p>	<p>Recreação monitorada para crianças Empréstimos de brinquedos de praia* <b>20% off</b> no restaurante Parador Garopaba</p>
 <p>*Exceto para ceia de Natal e Ano Novo</p>	 <p>* Para utilização dentro da região do hotel ** Por hóspede maior de 18 anos</p>
	

Apresentação de duas peças com conteúdos referentes ao uso de diárias

Março / **Fica Verão!**

01/03/2020 a 31/03/2020



**Fique 3 noites, PAGUE 2!**

*Cliente SBTUR fica 3 noites, mas paga 2.  
**20% off** no restaurante Parador  
Garopaba, à beira-mar\**



Demonstração de peça para divulgação da promoção de Março em detalhe

## j) AÇÃO 10:

Concepção de logotipo para programa interno de capacitação

**Briefing:** Conceber logotipo para programa interno de capacitação “Check-in”. Com naming pré-estabelecido, o logotipo deve adequar-se à identidade visual da nova marca (a ser lançada em 2020).

**Público-alvo:** Colaboradores



checkin

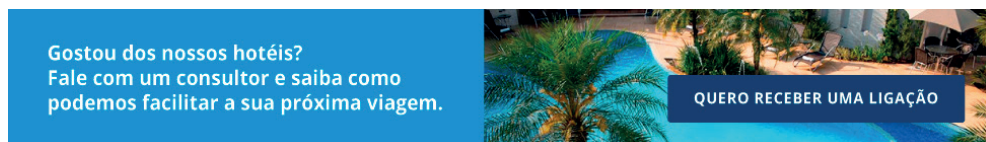
Demonstração do logotipo

## k) AÇÃO 11:

Criação de banner, com foco em conversão, para a página de hotéis (site)

**Briefing:** Desenvolver banner comercial com enfoque em conversão. Ao acionar o botão, possíveis clientes acessam um formulário de contato.

**Público-alvo:** Possíveis clientes



Demonstração do banner para a página de hotéis



Demonstração do banner para a página de hotéis (versão mobile)



## D) AÇÃO 12:

Continuação do trabalho de desenvolvimento de artes para uso comercial no WhatsApp

**Briefing:** Desenvolver peças de conteúdo informativo sintetizado para uso comercial no WhatsApp. Estes materiais objetivam alinhar a experiência do cliente com o script utilizado no momento da venda.

**Público-alvo:** Possíveis clientes



**COMO FUNCIONA  
NOSSO PLANO DE 7 DIÁRIAS?**

 **07 DIÁRIAS** por ano  
para **02 PESSOAS**

 Com direito a  
**CAFÉ DA MANHÃ**

Por **APENAS R\$ 178,90**  
ao mês, durante 12 meses.

**SEM CARÊNCIA!**

Use seu plano a partir  
do pagamento da  
primeira mensalidade!



Apresentação de peças com conteúdos referentes ao uso do plano do Clube

## m) AÇÃO 13:

Concepção de novo layout para a página inicial do site institucional

**Briefing:** Desenvolver layout para a página inicial do site objetivando informar os possíveis clientes sobre os usos e vantagens do plano do Clube de Viagens.

**Público-alvo:** Clientes e possíveis clientes

**Header:** sbtur.com logo, navigation menu: SOBRE O CLUBE, PLANOS, HOTES, CORTAIS, DESTINOS, BLOG, CONTATO, ACESSAR A CONTA.

**Hero Section:**

- Text: "Indique amigos para viajar com o Clube SBTUR e ganhe benefícios." (top left)
- Text: "Todo brasileiro merece saber o quanto viajar faz bem." (center)
- Text: "Conheça Nosso Clube de Viagens para saber como viajar todos os anos de maneira fácil, segura e econômica." (center)
- CTA: "CONHEÇA Nossos BENEFÍCIOS" (center)
- CTA: "Saber" (bottom right)

**Section: Junte-se a mais de 50 mil clientes que viajam todos os anos**

- 66 O Clube de Viagens SBTUR é como se fosse uma programação de viagens. Faz parte de uma programação e dar-me a viagem todos os anos, e isso é ótimo! **Rafaela Mascari** Cliente desde 2014
- 66 Todas as viagens que fiz foram muito boas, pois o SBTUR facilita a organização de todas as etapas de viagens muito melhores. Além disso, sempre sou bem atendido e todos os hotéis em que me hospedei foram muito bons. **Amarildo Pedro da Silva** Cliente desde 2008
- 66 Eu já viajei pra Maracá, Maragogi, Carmo Quebrada, Fortaleza, São Paulo, Assensio da Bahia, Buenos Aires, Santiago e agora que quero ir para uma estância turística de Curitiba. **Paula Griep** Cliente desde 2015

**Section: Vamos viajar juntos?**

Faça parte do Clube que vai ajudar você a ter mais qualidade de vida e conhecer novos lugares. Tudo isso sem ter que apertar o orçamento da família.

QUERO FALAR COM UM CONSULTOR

**Section: Por que entrar para um clube de viagens?**

- Viajar em família faz bem:** Dá para ir a 2 pessoas com 1 café de manhã incluído com a possibilidade de adicionar mais café.
- Sem carência para começar a usar:** Não precisa pagar nenhuma mensalidade para fazer sua reserva e começar a viajar.
- Planos que cabem no bolso:** O pagamento do Clube é mensal e isso ajuda você a planejar melhor sua rotina.
- Flexibilidade para viajar:** Marcando sua próxima viagem você pode acumular dias e aproveitar da melhor maneira possível.
- Atendimento personalizado:** Temos agentes de atendimento disponíveis na chat, telefone ou em nossas lojas.
- Conteúdos selecionados:** Escolha o seu destino ideal acessando nosso blog ou nosso aplicativo de viagens.
- Agência de viagem exclusiva:** Todos os clientes podem adquirir produtos exclusivos como avião, seguro, passagens e mais muito.
- Indique e ganhe vantagens:** A cada amigo que você indicar para o clube você ganha mensalmente grat. pontos, que serão usados e resgatados em benefícios.

CONHEÇA Nossos PLANOS      CONHEÇA Nossos HOTES PARCEIROS

**Section: Cadastre-se para receber nossas dicas de viagens imperdíveis!**

Nome completo (obrigatório)

CLUBE DE VIAGENS: Sobre o Clube, Planos de viagens, Indicação Premium, Reservas de Planos, Portal de reservas, Portal de viagens, Formas de uso, Blog.

VIAGENS: Destinos, Seguro, Ofertas.

QUEREMOS: A empresa, Indique.

ATENDIMENTO: Fale conosco.

ENTRE EM CONTATO: (48) 4001 9200, Seg a Sex das 9h às 18h, Sáb das 9h às 12h, 02 e-mail,

Av. Mauro Bentes, 1450 | 11º andar | Centro, Florianópolis - SC, 88033-300.

**Section: Acompanhe nosso blog e encontre o destino certo para você**

- Clube de viagens: tudo o que você precisa saber sobre o assunto.
- Viagens baratas: confira 7 dicas para viajar de forma econômica.
- 5 dicas para reduzir o stress e melhorar a qualidade de vida.
- História de Sucesso: Como viajar mais de 20 vezes em 10 anos.

Demonstração da página inicial em duas partes para apreciação



## Todo brasileiro merece saber o quanto viajar faz bem

Conheça nosso Clube de Viagens para saber como viajar todos os anos de maneira fácil, segura e econômica

[CONHEÇA NOSSOS BENEFÍCIOS](#)

[Help](#)

### Por que entrar para um clube de viagens?



#### Viajar em família faz bem

Diárias para 2 pessoas com café da manhã incluso com a possibilidade de adicionar camas extras



#### Sem carência para começar a usar

Basta pagar a primeira mensalidade para fazer sua reserva e começar a viajar



#### Planos que cabem no bolso

O pagamento do Clube é mensal e isso ajuda você a planejar melhor seu orçamento



#### Flexibilidade para viajar

Mantendo seu plano ativo, você pode acumular diárias e aproveitá-las como quiser por até 24 meses



#### Atendimento personalizado

Temos agentes de atendimento disponíveis via chat, telefone ou em nossas lojas



#### Conteúdos selecionados

Encontre o seu destino ideal acessando nosso blog ou nosso aplicativo de viagens Nativo



#### Agência de viagem exclusiva

Nossos clientes podem adquirir produtos turísticos como aéreo, seguro, passeios e muito mais



#### Indique e ganhe vantagens

A cada amigo seu que entrar para o clube você ganha mensalidades grátis, pontos que valem viagens e outros benefícios

[CONHEÇA NOSSOS PLANOS](#)

[CONHEÇA NOSSOS HOTÉIS PARCEIROS](#)

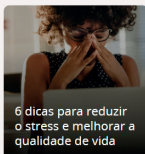
### Acompanhe nosso blog e encontre o destino certo para você



**Clube de viagens:** tudo o que você precisa saber sobre o assunto



**Viagens baratas:** conheça 7 dicas para viajar de forma econômica



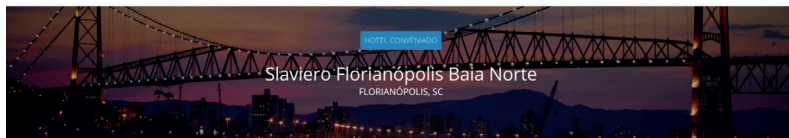
**6 dicas para reduzir o stress e melhorar a qualidade de vida**



**História de Sucesso:** Como viajar mais de 20 vezes em 10 anos

## Apresentação de detalhe do layout





HÓTEL CONVENIADO

## Slaviero Florianópolis Baía Norte

FLORIANÓPOLIS, SC



O hotel Slaviero Florianópolis está localizado no centro da cidade, com vista privilegiada da ponte Hercílio Luz, próximo a importantes atrativos turísticos e com fácil acesso ao aeroporto, universidades, centro de convenções e região continental. Slaviero Florianópolis é uma ótima escolha para quem procura uma experiência diferenciada em hospitalidade, gastronomia, eventos e lazer: o hotel oferece 107 apartamentos e suítes, restaurante, sala de reuniões, piscina e estacionamento.

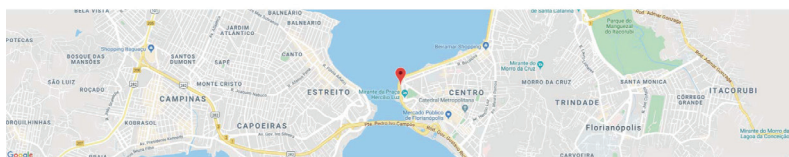


Está em dúvida se o Clube de Viagens SBTUR é para você?

Que tal fazer um papo com alguém do nosso time para entender como você pode fazer todos os anos de um jeito fácil e econômico?

[QUERO RECEBER UMA LIGAÇÃO](#)

HOTEL	APARTAMENTO	INFORMAÇÕES
Piscina Restaurante Room Service 24h Estacionamento Wi-Fi - Grátis Recepção 24h	Ar Condicionado Fridgebar TV Tira-Cabo Secador de Cabelo Toalha de Piscina	Check-in: 14h Check-out: 12h Tipo de quarto: standard Alernativa: café da manhã incluso



### LOCOMOÇÃO

Centro	Aeroporto	Rodoviária
0,3 Km	10 Km	0,3 Km

[Mostrar endereço deste hotel](#)

**Gostou do hotel e quer fazer uma reserva?** [Chat](#)

[FALE COM A GENTE](#)



Quer ver mais hotéis em Florianópolis, SC?

[Mostrar mais opções](#)

<b>O CLUBE SBTUR</b> Sobre o Clube Plano de Viagens Indicação/Parceiros Política de Privacidade Portal do Investidor Termos de uso Blog	<b>VIAGAR</b> Destinos Itinerário Ofertas	<b>QUEM SOMOS</b> A empresa Vagas	<b>ATENDIMENTO</b> Fale conosco	<b>ENTRE EM CONTATO</b> <b>(48) 4001 9200</b> Seg à Sex das 9h às 18h Sáb das 9h às 13h <a href="#">E-mail</a>
--	--	---	------------------------------------	--



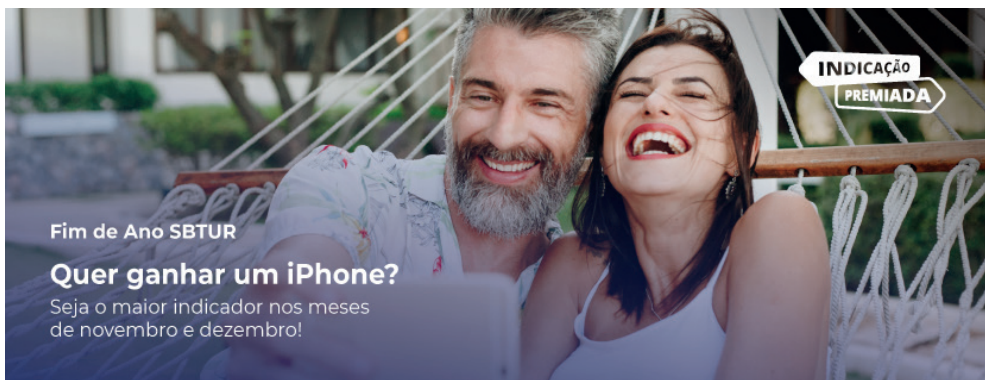
## Apresentação de detalhe do layout

## o) AÇÃO 15

Concepção de peças para a campanha de indicação de Fim de Ano

**Briefing:** Conceber peças promocionais para a campanha do programa Indicação Premiada dos meses de novembro e dezembro. Como mencionado anteriormente, o conteúdo visa estimular clientes já fidelizados a indicarem amigos em troca de prêmios e vantagens.

**Público-alvo:** Clientes



Demonstração de peças promocionais da campanha de Fim de Ano para Facebook



**INDICAÇÃO**  
**PREMIADA**

**Fim de Ano SBTUR**  
O maior indicador dos meses de novembro e dezembro

**GANHA UM iPhone XR!**



**INDICAÇÃO**  
**PREMIADA**

**Fim de Ano SBTUR**  
O 2º maior indicador dos meses de novembro e dezembro

**GANHA UMA SMART TV 50"**



Apresentação de peças promocionais da campanha de Fim de Ano para Instagram



INDICAÇÃO  
PREMIADA

## Fim de Ano SBTUR

E o 3º maior indicador dos meses  
de novembro e dezembro

# GANHA UMA CERVEJEIRA!



Demonstração de detalhe de peça promocional

## p) AÇÃO 16:

Criação de templates de e-mail para o setor de fornecedores

**Briefing:** Criar templates de e-mail para o setor de fornecedores objetivando padronizar comunicados internos e externos.

**Público-alvo:** Colaboradores



### REDE SKY

Boa tarde pessoal,

Tudo bom?

Conseguimos conveniar em Gramado/RS, os hotéis [Sky Premium](#) e [Hotel Sky Palace](#), até 01 de dezembro de 2020 com café da manhã.

#### Sky Premium Hotel

Situado em Gramado, na Serra Gaúcha, o hotel está apenas 500 metros do Mini Mundo, possui piscina aquecida, ofurô e é ideal para casais pois não dispõe de cama extra.



#### Avaliações

Booking 8,4

TripAdvisor 4,0

Apresentação de template de e-mail em utilização

## q) AÇÃO 17:

Concepção de logotipo para programa interno de capacitação

**Briefing:** Conceber logotipo para programa interno de capacitação “Voando Alto”. Com naming pré-estabelecido, o logotipo deve adequar-se à identidade visual da nova marca (a ser lançada em 2020).

**Público-alvo:** Colaboradores

apaixonados  
pelo *Colaborador*

Demonstração do logotipo



**r) AÇÃO 18:**

Concepção de logotipo para programa interno de capacitação

**Briefing:** Conceber logotipo para programa interno de capacitação “Apaixonados pelo Colaborador”. Com naming pré-estabelecido, o logotipo deve adequar-se à identidade visual da nova marca (a ser lançada em 2020).

**Público-alvo:** Colaboradores

voando  
alto 

Demonstração do logotipo

## s) AÇÃO 19:

Criação de pôster para campanha interna de doação de alimentos

**Briefing:** Criar pôster para campanha interna de doação de alimentos visando arrecadar suprimentos para o grupo voluntário Amigos da Sopa.

**Público-alvo:** Colaboradores

# Vamos ajudar?

Os **AMIGOS DA SOPA** estão com estoques baixos e, para que possam manter o trabalho voluntário, resolvemos promover uma campanha interna de doação valendo pontos no Vida Ativa!

Arroz parboilizado	0,8 pt.
Feijão	1 pt.
Farinha de mandioca	1 pt.
Macarrão	0,5 pt.
Óleo	1 pt.
Sal/Açúcar	0,5 pts.

**1 DOE E PONTUE NO VIDA ATIVA**

**2 FAÇA A SUA PARTE**  
Participe como voluntário também!

Data limite para doações: 29/11/2019  
Limite máximo de pontos por pessoa: 20 pontos

Demonstração do pôster para campanha interna de doação de alimentos

## t) AÇÃO 20:

Desenvolvimento de arte para uso comercial no WhatsApp: campanha de Fim de Ano e premiações

**Briefing:** Desenvolver peça de campanha de Fim de Ano para uso comercial no WhatsApp, visando agravar o senso de urgência em possíveis clientes e favorecendo a negociação por parte dos representantes comerciais.

**Público-alvo:** Possíveis clientes



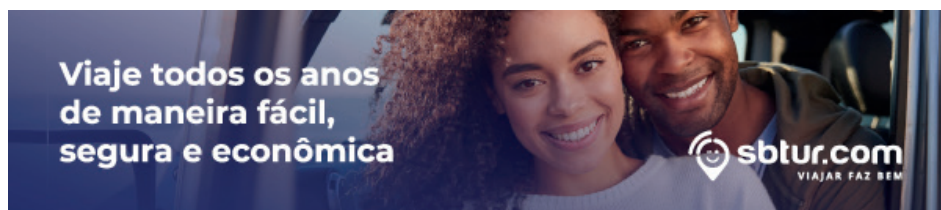
Apresentação da peça promocional para WhatsApp

## u) AÇÃO 21:

Criação de nova assinatura de e-mail (Viajar Faz Bem)

**Briefing:** Criar assinatura de e-mail objetivando inciar a transição de marca que se dará em 2020.

**Público-alvo:** Colaboradores



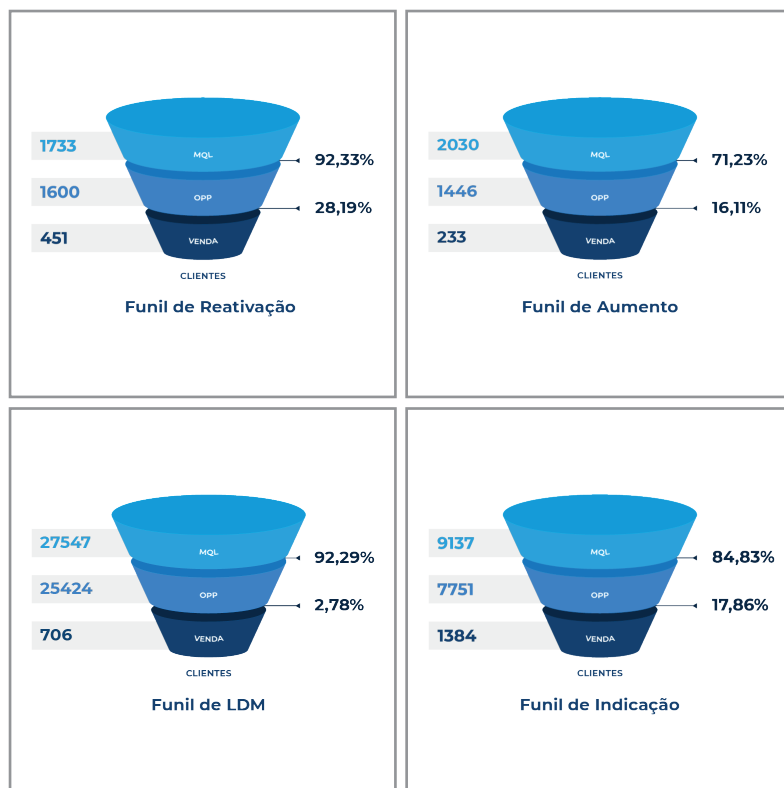
Demonstração da assinatura de e-mail

## v) AÇÃO 22:

Concepção de funis de venda para o planejamento de marketing de 2020

**Briefing:** Com base nos dados extraídos previamente, criar funis de venda para o documento de planejamento de marketing de 2020.

**Público-alvo:** Diretoria



Apresentação dos funis de venda

## w) AÇÃO 23:

Criação de cronograma para programa interno de capacitação e material para divulgação do primeiro encontro de lideranças (Voando Alto)

**Briefing:** Criar cronograma para o programa interno de capacitação de lideranças “Voando Alto” e material para divulgação do primeiro encontro do programa em forma de cartão de embarque.

**Público-alvo:** Colaboradores



Apresentação do cronograma

CARTÃO DE EMBARQUE

Programa **voando  
alto** 

Saindo de  
Liderança 2019 **08/01/2020**

Para  
**Voando Alto 2020** **10:00h - 12:00h**

08012020



Saindo de  
Liderança 2019 **08/01/2020**

Para  
**Voando Alto 2020** **10:00h - 12:00h**

08012020

**viajar  
faz  
bem**



Demonstração do material para divulgação do primeiro encontro de lideranças

x) AÇÃO 24:

Criação de wallpaper para os colaboradores (Viajar Faz Bem)

**Briefing:** Criar assinatura de e-mail objetivando inciar a transição de marca que se dará em 2020.

**Público-alvo:** Colaboradores



Demonstração de modelo de wallpaper



## y) AÇÃO 25:

Criação de capa para página empresarial no LinkedIn (Viajar Faz Bem)

**Briefing:** Criar capa para página empresarial no LinkedIn objetivando inciar a transição de marca que se dará em 2020.

**Público-alvo:** Colaboradores



Apresentação da peça para capa de LinkedIn



# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 3**



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

Sim, a experiência foi extremamente satisfatória. Ao aplicar conhecimentos adquiridos na graduação e interagir com profissionais de diferentes áreas, pude atuar na resolução de problemas tanto recorrentes quanto ocasionais. Ademais, também tive a oportunidade de aprimorar habilidades e competências como: ilustração e diagramação, autogestão e gestão de projetos, resiliência e trabalho em equipe, o que agregou muito à minha formação profissional.

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

Embora não haja um supervisor imediato no campo do Design, o setor de Marketing da concedente é composto por uma equipe multidisciplinar disposta a construir, em equipe, soluções inovadoras. Como mencionado anteriormente, também pude experimentar a rotina profissional e desenvolver habilidades interpessoais.

Quanto aos pontos negativos, cito um: alterações nos prazos ou no direcionamento de projetos - de acordo com os interesses da diretoria -, o que culmina em atraso no atingimento de metas vigentes ou revisão de projetos em andamento. Contudo, acredito que isso seja comum a diversas instituições - nunca estaremos completamente imunes à casualidades.

### **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?**

Sim, os métodos e técnicas utilizados no decorrer do estágio vão ao encontro do que foi estudado na graduação. Contudo, considerando os prazos acertados pela concedente, nem sempre foi viável aplicar os conhecimentos de forma minuciosa.

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

Pude adquirir mais experiência em softwares aos quais já estava habituada, realizando entregas com agilidade e excelência, trocar experiências com outros colaboradores, ampliar meu repertório e perceber, na prática, o papel do Design no mercado de trabalho e na cultura empresarial.

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

Dentre tantos conhecimentos apreendidos, destaco Teoria da Forma, Teoria da Luz e Cor, Criatividade, Tipografia, Ilustração Digital, Branding e Gestão do Design.

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

Nenhum.

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

10. Este período teve grande impacto no meu desenvolvimento profissional e pessoal.



# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**BLOCO 4**



**Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente**

Nome da Empresa Concedente: SBTUR - Viagens e Turismo S.A.  
 Estagiário: Aline Milge Boimbaras  
 Área do Estágio: Design  
 Período de realização do estágio: 30/03/2019 - 29/11/2019  
 Supervisor de Estágio: Barbara Mendonça Rubland  
 Contato do Supervisor de Estágio (fone/e-mail): barbara@sbtur.com /

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

Outras Considerações: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Florianópolis  
Cidade

, 23 de novembro  
Data de 2019

*Barbara Mendonça Rubland*  
Assinatura do supervisor/concedente.

### Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador

Estagiário: Aline Nilze Linhares

Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Marília Matos Gonçalves

E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: marilinhamt@gmail.com

Data da entrega do Relatório para a avaliação: 30/11/2019

**Para a 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. <b>Objetivos Alcançados:</b> 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: De acordo com as informações contidas no relatório, é possível perceber que Aline executou atividades na área de Design Gráfico. Executou bem os briefings que lhe foram apresentados. Obteve boa avaliação de seu professor supervisor no local de estágio.

Florianópolis, 02/12/2019  
Cidade Data

  
Assinatura do Prof. Orientador de Estágio Obrigatório



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

**DESIGN**

**Aline Nilze Linhares**  
SBTUR - Viagens e Turismo S.A  
30/09/2019 - 29/11/2019