

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA - UDESC
CENTRO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E SOCIOECONÔMICAS - ESAG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

MEMORIAL DESCRITIVO

Jean Carlos Cziesielski

Florianópolis

2026

JEAN CARLOS CZIESIELSKI

<http://lattes.cnpq.br/1126174806717753>

Curso: MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO

Grupo de Pesquisa: GEPEM – ESTUDOS E PESQUISAS DE MARKETING

1. TRAJETÓRIA ACADÊMICA E FORMAÇÃO

Minha trajetória acadêmica teve início com a graduação em Administração pela Faculdade Metropolitana de Blumenau (FAMEBLU), concluída em 2018, com ênfase em Marketing. Durante esse período, desenvolvi interesse pelas dinâmicas organizacionais e, especialmente, pelas estratégias de marketing e posicionamento de marca, o que orientou minhas escolhas acadêmicas e profissionais subsequentes. Ao longo da graduação, busquei articular os conhecimentos teóricos às demandas práticas do mercado, com foco na compreensão do comportamento do consumidor, na construção de valor de marca e no papel da comunicação estratégica nas organizações.

Nesse contexto, passei a aprofundar minha compreensão de canais digitais e estratégias de relacionamento, consolidando uma visão orientada à performance, mas também sensível aos aspectos relacionados à construção de valor sustentável, à reputação institucional e ao papel das marcas. Buscando aprofundamento técnico e atualização frente às transformações digitais, cursei pós-graduação em nível de especialização (MBA em Digital Business) pela Universidade de São Paulo (USP), concluída em 2022. Essa formação proporcionou uma visão atualizada e integrada sobre negócios digitais, inovação, análise de dados e transformação digital, consolidando minha atuação voltada ao marketing orientado a resultados.

Como resultado, minha trajetória formativa contribuiu para consolidar meu interesse acadêmico na interseção entre inovação, construção de marca e responsabilidade organizacional, compreendendo o marketing como um campo estratégico capaz de articular geração de valor, posicionamento institucional e impacto sustentável.

2. DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

No âmbito profissional, atuei em diversas frentes do marketing, com ênfase na adoção do marketing digital como eixo central das estratégias, envolvendo o planejamento e a execução de campanhas integradas, incluindo lançamento de produtos, gestão de marcas e desenvolvimento de iniciativas voltadas ao posicionamento e fortalecimento institucional.

No SESI/SC, instituição com reconhecida atuação no eixo social e voltada à promoção da qualidade de vida do trabalhador da indústria, ampliei minha atuação na área de marketing digital, com foco na gestão de redes sociais institucionais, no planejamento e na operacionalização de campanhas de mídia digital voltadas ao público catarinense. Destaca-se a atuação pautada na manutenção de padrões de marca de abrangência nacional, assegurando coerência, consistência e integridade na comunicação em diferentes canais e iniciativas, compreendendo o *branding* como um pilar central para a construção de valor e reputação organizacional.

Na sequência, atuei na Rentcars, empresa certificada como *B Corporation*, reconhecimento internacional concedido a organizações que atendem a elevados padrões de desempenho social, ambiental, transparência e responsabilidade corporativa. Desenvolvi atividades voltadas à gestão e adaptação de estratégias de marketing para diferentes mercados na América Latina. Nesse ambiente, tive como foco a tradução de diretrizes de marca para mercados locais, assegurando coerência no posicionamento e relevância nas ações de comunicação. Minhas atividades envolveram o planejamento, a execução e a otimização de campanhas, bem como a análise de métricas e realização de testes, sempre orientadas pela preservação do valor de marca e pela adequação estratégica às especificidades culturais e de mercado, o que contribuiu para o fortalecimento da minha visão analítica e atuação em ambientes dinâmicos e internacionalizados.

Mais recentemente, na Dynamox, atuei no desenvolvimento de estratégias de marketing voltadas ao público corporativo (*Business to Business*), com ênfase na construção e no fortalecimento de marca em ambientes digitais. Atualmente, na Fácil Informática, dou continuidade a essa linha de atuação, conduzindo campanhas orientadas ao *branding* e conversão.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PERSPECTIVAS

Ao longo da minha experiência, passei a compreender o *branding* não apenas como instrumento de posicionamento, mas como elemento central na articulação entre reputação, relacionamento e impacto organizacional. Nesse sentido, busco desenvolver uma abordagem que conecte a construção de marcas à promoção de responsabilidade socioambiental e governança, entendendo que organizações contemporâneas demandam posicionamentos autênticos e alinhados a valores éticos.

Com interesse em aprofundar meu conhecimento acadêmico no contexto da minha trajetória profissional, pretendo desenvolver pesquisas que contribuam para o

desenvolvimento de análises capazes de orientar organizações na integração entre branding, marketing digital e práticas sustentáveis, fortalecendo a relação entre teoria e prática. Acredito que a integração com as práticas de ESG representa uma oportunidade relevante de abordagem, especialmente no que se refere à geração de valor organizacional e à compreensão do público catarinense.

No último ano, também passei por vivência internacional na Irlanda, que contribuiu significativamente para o interesse na formação, ao proporcionar contato com práticas organizacionais e culturais distintas, especialmente em contextos europeus onde questões ambientais e sustentáveis estão mais consolidadas. Essa experiência ampliou minha percepção sobre o papel das organizações na promoção de impactos positivos e reforçou meu interesse em compreender como essas práticas podem ser adaptadas e aplicadas ao contexto brasileiro. Além disso, possibilitou a observação direta de como organizações internacionais estruturam suas estratégias de marca, posicionamento e relacionamento com o público, especialmente em mercados mais maduros e competitivos.

Por fim, busco atuar como agente de conexão entre mercado e academia, contribuindo para a disseminação de conhecimento aplicado e para o fortalecimento de práticas organizacionais mais estratégicas, responsáveis e orientadas a dados. Acredito que essa atuação é fundamental para potencializar os impactos da formação, promovendo a transferência de conhecimento, a qualificação de outras iniciativas e o fortalecimento do campo da Administração em contextos organizacionais.