

Desenvolvimento de Ações de Marketing no IFRS - Campus Viamão

**Giovâni da Rosa Santos, Jean Marques Brizola, Luiza Venzke Bortoli Foschiera
(Orientadora), Priscila Silva Esteves (Coorientadora)**

Afiliação: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do
Sul – *Campus* Viamão

giovanidrs@gmail.com, luiza.bortoli@viamao.ifrs.edu.br

O Marketing visa estudar os processos envolvidos na distribuição de bens, serviços e experiências. Ao longo dos anos, essa disciplina tem evoluído com base no conhecimento de diferentes áreas e se consolidando como um aliado para as pequenas, médias e grandes empresas, as quais buscam, por meio de diversas estratégias, alcançar a satisfação de seus clientes quanto às suas necessidades e desejos. Portanto, torna-se necessária a compreensão de alguns fatores que influenciam os consumidores, como a inserção cultural dos mesmos. Com isso, deve-se entender que uma campanha de marketing em determinada região pode não ter o mesmo resultado em outra, devido a diferenciação cultural dos cidadãos. Sendo assim, por se tratar de uma disciplina com conteúdos didáticos desenvolvidos, em sua maioria, por instituições estrangeiras, há uma carência de casos deste cunho no cenário brasileiro. Dessa forma, o projeto Aproximando os Discentes das Atividades Locais de Marketing surge com o intuito de gerar uma aproximação dos conteúdos abordados na disciplina de Marketing, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus* Viamão, com as atividades de marketing realizadas por empresas do município, desenvolvendo um diálogo da disciplina com outros componentes curriculares, como o Empreendedorismo. Assim, estas atividades incentivam o desenvolvimento da criatividade dos discentes, auxiliam na compreensão dos conteúdos teóricos apresentados em aula, bem como contribuem na formação acadêmico-profissional dos alunos do eixo de gestão e negócios. Nesse processo, foram realizadas visitas às organizações locais, entrevistas aos empreendedores e leituras sobre o tema. Realizou-se a primeira atividade em conjunto com a organização da Festa Julina do *Campus* Viamão. Nessa ação, os discentes dos distintos cursos foram instruídos a montar barracas correspondentes a uma atividade, como brincadeiras e alimentos, e desenvolver uma estratégia de divulgação, criando um nome e um slogan. Sucessivamente, foi realizada uma atividade com alunos da disciplina de Marketing do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais, em que houve participação dos proprietários de duas pequenas empresas do município de Viamão, a Casser Livrarias e o Café Florência, que abordaram os problemas enfrentados no dia a dia empresarial. Dialogando com os empresários, os alunos propuseram soluções para as dificuldades apresentadas, exercitando os tópicos abordados na disciplina de Marketing. Com isso,

instigou-se os discentes a analisarem as organizações do município diante de análises estabelecidas na disciplina. Com a continuidade do projeto, novas atividades estão em elaboração, integrando os alunos e estimulando-os a praticar os conhecimentos aprendidos em aula.

Palavras-chave. Marketing, empreendedorismo, Viamão.

Financiamento/Apoio: IFRS