

Aproximando os discentes às atividades locais de marketing

Guilherme Cardoso Bernardino¹, Luiza Venzke Bortoli^{1*}
*Orientador

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) -
Campus Viamão. Viamão, RS, Brasil.

No seu surgimento, nos Estados Unidos, a disciplina de marketing visava, inicialmente, estudar os processos envolvidos na distribuição dos bens. Ao longo dos anos, o marketing tem evoluído com base no conhecimento de diferentes áreas e se consolidando como um aliado para as pequenas, médias e grandes empresas. Atualmente, o marketing tem contribuído para o desenvolvimento de valores do ser humano, responsabilidade social, responsabilidade ambiental, além de auxiliar na divulgação e aprimoramento de produtos e serviços e na captação, satisfação e fidelização dos consumidores. No entanto, por ser uma disciplina com conteúdos didáticos desenvolvidos, em sua maioria, por instituições estrangeiras, há uma carência de casos que abordem as especificidades locais brasileiras. Dessa forma, o projeto visa contribuir para que haja uma aproximação dos conteúdos ministrados na disciplina de Marketing do Curso Técnico em Administração, no *Campus Viamão*, do IFRS, com as atividades de marketing realizadas por organizações da cidade. A partir disso, é possível ter um processo de ensino-aprendizagem mais completo, de modo que a disciplina não seja visualizada de forma isolada, mas conectada ao desenvolvimento local. Para tanto, realiza-se uma análise do conteúdo programático da disciplina de marketing, relacionando-o às atividades de marketing desenvolvidas por organizações de Viamão. Em um primeiro momento, são realizadas visitas às organizações viamonenses, entrevistas aos empreendedores e leituras de materiais relacionados à disciplina. Posteriormente, são feitas discussões em sala de aula com base nos exemplos de organizações da cidade. Sendo assim, o projeto proporciona um ensino atualizado, uma intensificação da sintonia entre realidade e educação, bem como melhoria no diálogo da disciplina de marketing com outros componentes curriculares do Curso Técnico em Administração, visando possibilitar uma formação mais íntegra aos discentes.

Palavras-chave: Marketing. Ensino-aprendizagem. Administração. Viamão.

Trabalho executado com recursos do Edital PROEN/IFRS N° 002/2016 – Bolsas de Ensino 2016 / Programa Institucional de Bolsas de Ensino (PIBEN) do IFRS, da Pró-Reitoria de Ensino