

Ações de marketing na era digital

João Pedro de Vargas Vaz, Luiza Venzke Bortoli Foschiera*

Orientador(a)*

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

Ao longo dos anos, o marketing tem se desenvolvido cada vez mais, ampliando sua participação nas organizações e se adequando à realidade conectada, tendo em vista que hoje realiza atividades que envolvem a criação de conteúdo, desenvolvimento de valores do ser humano, responsabilidade socioambiental e planejamento de produtos ou serviços, além de auxiliar em estratégias de comunicação e vendas. Portanto, o marketing tem se consolidado como um grande aliado desde os microempreendedores individuais até as maiores empresas, visando satisfazer as necessidades do consumidor e superar a concorrência. O presente projeto de ensino visa desenvolver materiais que se ajustem à realidade dos estudantes brasileiros, possibilitando o estudo através de exemplos práticos de empresas brasileiras. O principal material desenvolvido no projeto foi uma apostila de marketing, abordando os principais conceitos da disciplina, visando facilitar o aprendizado dos estudantes, de forma que desenvolvam uma aproximação ao conteúdo, contribuindo para os seus conhecimentos de maneira simples e objetiva, contendo exemplos que retratam a realidade em que vivem. A apostila foi criada com a finalidade dos alunos terem em mãos um material didático que relacione os conceitos da disciplina com diversos exemplos que estão presentes no seu dia-a-dia. Para sua criação, primeiramente, foi realizada uma análise dos estudantes através de um questionário, onde levantou-se os principais interesses de cada turma. Em seguida, foi elaborado um design agradável e intuitivo, com o objetivo de atraí-los aos conteúdos abordados e possibilitando-os uma auto-identificação com os exemplos relacionados. Portanto, foram usadas imagens e figuras que remetem às tendências que estão presentes na realidade dos alunos, seja através da televisão, outdoors ou redes sociais, relacionando o que veem diariamente aos temas abordados na disciplina de marketing. Vale ressaltar que mesmo que ainda esteja em desenvolvimento, alguns materiais da apostila já estão sendo aplicados com os alunos. Além disso, com os alunos das turmas de Marketing do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais e do Ensino Médio Integrado em Administração, desenvolveu-se uma atividade sobre o processo de criação de conteúdo para redes sociais. Em grupos, os alunos tiveram que escolher uma marca já existente no mercado e, de forma fictícia, desenvolver um novo produto. A partir disso, utilizaram uma ferramenta de design gráfico para criar uma ação de marketing, desenvolvendo suas habilidades e pondo-as em prática, de modo semelhante às atividades de um profissional da área. Outra atividade foi a utilização de aplicativo para revisão de forma prática e descontraída dos conhecimentos teóricos sobre o conteúdo, respondendo diversas questões que envolvem os conceitos de marketing. Dessa forma, os materiais e atividades efetuados com os alunos buscam aproximá-los da disciplina, de maneira que sintam-se familiarizados com o conteúdo e possam exercitar seus conhecimentos de forma prática.

Palavras-chave: marketing, marketing digital, ensino de marketing

Nível de ensino: Ensino Técnico

Área do conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas