

A FEIRA DE MARKETING 2025 COMO ESTRATÉGIA DE APRENDIZAGEM INTERDISCIPLINAR NO ENSINO SUPERIOR

Flávia Fernandes Diana¹

A Feira de Marketing 2025 do Centro Universitário Barão de Mauá constituiu uma prática pedagógica interdisciplinar voltada à integração entre teoria e prática, proporcionando aos estudantes uma experiência de aprendizagem baseada em metodologias ativas. Com o tema Cultura Pop, o evento promoveu a análise das transformações socioculturais, comunicacionais e mercadológicas que influenciaram o comportamento do consumidor e as estratégias de marketing ao longo das décadas, evidenciando a aplicação dos conhecimentos acadêmicos em situações próximas à realidade profissional. O trabalho teve como objetivo apresentar e analisar a Feira de Marketing 2025 como estratégia de ensino-aprendizagem capaz de desenvolver competências técnicas, analíticas, criativas e estratégicas, fortalecendo a formação dos estudantes dos cursos de Gestão e Publicidade e Propaganda. Trata-se de um estudo descritivo, com abordagem qualitativa, desenvolvido a partir da observação das atividades realizadas durante o evento, da análise dos projetos apresentados e da descrição das etapas de pesquisa, planejamento, organização e execução, fundamentadas na aprendizagem baseada em projetos, na aprendizagem experiencial e na interdisciplinaridade curricular. Cada sala de aula foi responsável pela representação de uma década, contemplando o período de 1920 até os dias atuais. Os grupos pesquisaram aspectos históricos, econômicos, culturais e mercadológicos de sua respectiva década e desenvolveram experiências imersivas para os visitantes, explorando temas como música, teatro, gastronomia, tecnologia, inovação, comportamento do consumidor, produtos, serviços, marcas e publicidade. O objetivo foi proporcionar ao público experiências interativas que evidenciassem a evolução das estratégias de marketing e das relações de consumo ao longo do tempo. Como parte da proposta de formação integral, os estudantes participaram de uma capacitação em saúde vocal, expressão oral e comportamento corporal, realizada em parceria com a Casa da Música Júlia Balieiro, visando aprimorar a comunicação, a postura e a qualidade das apresentações. O evento também desenvolveu uma ação de responsabilidade social em comemoração ao Dia da Coleta de Alimentos, arrecadando aproximadamente 500 quilogramas de alimentos destinados a instituições beneficentes. Os resultados evidenciaram que a feira favoreceu a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em sala de aula, estimulando o pensamento crítico, a criatividade, a comunicação estratégica, a análise mercadológica, o trabalho em equipe e a capacidade de planejamento e resolução de problemas. A interação direta com o público fortaleceu competências profissionais e aproximou os estudantes das demandas do mercado, enquanto as ações complementares ampliaram a formação cidadã e o desenvolvimento de habilidades comunicacionais. Conclui-se que a Feira de Marketing 2025 representou uma estratégia pedagógica relevante ao integrar ensino, extensão e

¹ Mestra em Administração em Organizações pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - USP, FEAC/USP. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá. E-mail: flavia.fernandes@baraodemaua.br.

aprendizagem experiencial, promovendo a articulação entre teoria e prática, o desenvolvimento de competências profissionais e socioemocionais e a formação de profissionais mais preparados para os desafios contemporâneos do mercado.

Palavras-chave: Feira de Marketing. Interdisciplinaridade. Ensino Superior.

Mestre, Administradora, flavia.fernandes@baraodemaua.br