

O DESENVOLVIMENTO DE UMA ATIVIDADE PRÁTICA DE MARKETING E INTERDISCIPLINAR NOS CURSOS DE GESTÃO E DE COMUNICAÇÃO: UM DESAFIO PROFISSIONAL PARA OS ESTUDANTES

Flávia Fernandes Diana ¹

flavia.fernandes@baraodemaua.br

Centro Universitário Barão de Mauá

O antagonismo entre as gerações e a sua relação com a era digital faz com que novas formas de ofertas de produtos e serviços estejam presentes no mercado de negócios atual e os futuros profissionais devem estar atentos aos impactos positivos e negativos de tais transformações para o seu negócio. Com base nisso, os alunos dos cursos de gestão e de comunicação apostaram nesse tema para a Feira de Marketing 2023, que acontece há mais de 15 anos pelo Centro Universitário Barão de Mauá e que teve como principal objetivo propor um momento de troca de experiências/aprendizagens sobre a área dos negócios e as mudanças no comportamento de consumo das pessoas ao longo dos anos. No ano de 2023, a feira de marketing foi intitulada de “Ecos do Amanhã”, os estudantes fizeram uma analogia entre o comportamento de consumo do passado e do presente, no qual as histórias e experiências vividas no passado passaram por transformações, e hoje, são vivenciadas associadas à era digital. Em relação à metodologia do trabalho, os alunos dos cursos da área de gestão, composto pelos cursos de Administração, Recursos Humanos, Gestão Financeira e Marketing do 1º e 2º semestres, e os alunos do curso da área da comunicação, composto pelo curso de Publicidade de Propaganda do 4º semestre, foram os organizadores do evento. Inicialmente, o

¹ Graduada em Administração de Empresas. Mestra em Administração em Organizações pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo. Especialista em Gestão Estratégica e Negócios pela Faculdade Anhanguera de Ribeirão Preto. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

trabalho foi dividido em duas etapas principais: na primeira fase foram realizadas pesquisas em referências bibliográficas impressas e *online* (aprofundamento teórico), e na segunda fase foi elaborado o planejamento e a criação dos *stands* com os seguintes temas: *games*, moda, culinária, comunicação, personalidades, cinema, música, marcas e eletrônicos. O evento foi gratuito, presencial, ocorreu no dia 06 e outubro de 2023, na Unidade Independência do Centro Universitário Barão de Mauá, com aproximadamente 300 (trezentos) convidados. Vale salientar que foi realizada uma ação social, a "Campanha Doe Leite", na qual foram arrecadados mais de 600 (seiscentos) litros de leite para as Instituições de Caridade Carib (atendimento a idosos) e Lar Santa Rita de Cássia (atendimento a crianças carentes), a fim de tentar minimizar os problemas sociais. Os principais resultados da Feira de Marketing foram os seguintes: a realização de uma atividade prática de marketing e interdisciplinar entre os cursos de gestão e de comunicação sobre o planejamento, organização e execução de um evento; disseminação de informações sobre a oferta de produtos e serviços no passado e no presente; criação de todo o plano de comunicação do evento e por fim, um momento de cultura e lazer com a apresentação de uma banda de rock da escola de música "School Of Rock", na qual os integrantes eram alunos da própria faculdade. Em suma, o presente evento traz vários benefícios para os estudantes, pois foi possível desenvolver uma atividade prática de marketing e interdisciplinar em que os alunos puderam associar a teoria das disciplinas em sala de aula com a prática, aumentar o *networking* e o contato direto com uma metodologia de ensino ativa, como é o evento, experienciando um novo desafio profissional.

Palavras-chaves: Feira de Marketing. Era digital. Comportamento de consumo.