

A FEIRA DE MARKETING COMO FERRAMENTA DE APRENDIZAGEM ATIVA NOS CURSOS DE GESTÃO E DE COMUNICAÇÃO.

Flávia Fernandes Diana¹

Eduardo Garbes Cicconi²

flavia.fernandes@baraodemaua.br

eduardo.cicconi@baraodemaua.br

Centro Universitário Barão de Mauá

A Feira de Marketing é uma atividade prática de grande relevância no contexto educacional, por proporcionar aos estudantes a vivência de conceitos teóricos por meio da criação e aplicação de estratégias mercadológicas. No ano de 2024, o tema do evento foi Gastronomia, no qual os alunos se dividiram em dez grupos principais: psicologia do consumo, comida mineira, comida vegana, comida japonesa, fotografias gastronômicas, os cinco sentidos, a história do sorvete, a história da pizza, churrasco, as estrelas Michelin. O objetivo principal do trabalho foi resgatar e apresentar as histórias dos grupos de alimentos selecionados, valorizando seus aspectos culturais, regionais, afetivos e a sua evolução no mercado, por meio de estratégias de marketing e de técnicas de apresentação e comunicação de forma criativa, informativa e sensorial. Além disso, participaram vários parceiros e fornecedores do mercado que compartilharam muita experiência e conhecimento sobre o tema e brindes aos visitantes. Em relação à metodologia do trabalho, os

¹ Mestre em Administração em Organizações pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – USP. MBA em gestão de negócios e estratégia. Pedagoga. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

² Doutor em Administração das Organizações pela FEA-RP USP. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

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 trabalho foi dividido em duas etapas principais: na primeira fase foi realizado um aprofundamento teórico, e na segunda fase foi elaborado o planejamento, a organização e a execução dos trabalhos. O evento foi gratuito, presencial e ocorreu no dia 06 e novembro de 2024, na Unidade Independência do Centro Universitário Barão de Mauá, com aproximadamente 475 visitantes da comunidade acadêmica – professores, estudantes e profissionais da área. Vale salientar que foi realizada uma ação social, através da participação na “Campanha Nacional do Dia da Coleta de Alimentos”, na qual é uma ação organizada pela Companhia das Obras que acontece em todo o Brasil há 13 anos. Com o projeto da Feira de Marketing 2024, foi possível arrecadar 207 (duzentos e sete) quilos de alimentos não perecíveis, nos quais foram doados a instituições de Ribeirão Preto e região, relacionadas ao projeto, 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; desenvolvimento de um plano de comunicação, produção de materiais criativos (podcasts, brindes e embalagens), disseminação de informações à comunidade acadêmica de maneira inovadora, desenvolvimento de habilidade profissionais, estímulo ao espírito empreendedor dos estudantes e feedback positivo da comunidade acadêmica. Em suma, o engajamento das equipes demonstrou o sucesso da proposta e reforçou a importância de aplicar metodologias ativas no processo de ensino-aprendizagem ao contribuir para ampliar a visão dos estudantes sobre o papel do marketing na sociedade, indo além da venda de produtos, ao promover experiências memoráveis e únicas, criando conexões emocionais com o seu público através de uma atividade educacional prática, colaborativa e significativa.

Palavras-chaves: Feira de Marketing. Ferramenta ativa. Gastronomia.