

# A Feira de Marketing como ferramenta de aprendizagem ativa nos cursos de Gestão e de Comunicação.

**FLÁVIA FERNANDES DIANA**  
**EDUARDO GASBES CICCONI**



Contextualização da Feira de Marketing 2024.



Desenvolvimento do projeto.



Principais resultados.

# O que é a Feira de Marketing?

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**.



# Feira de Marketing 2024



Tema: gastronomia.



Evento gratuito e presencial.



Faculdade (Unidade Independência).



Aproximadamente 475 visitantes da comunidade acadêmica – professores, estudantes e profissionais da área.

# Estandes

- Comida Mineira
- Comida Vegana
- Comida Japonesa
- Fotografias Gastronômicas
- Psicologia do Consumo
- A História do Sorvete
- A História da Pizza
- Churrasco
- Os Cinco Sentidos
- Estrelas Michelin



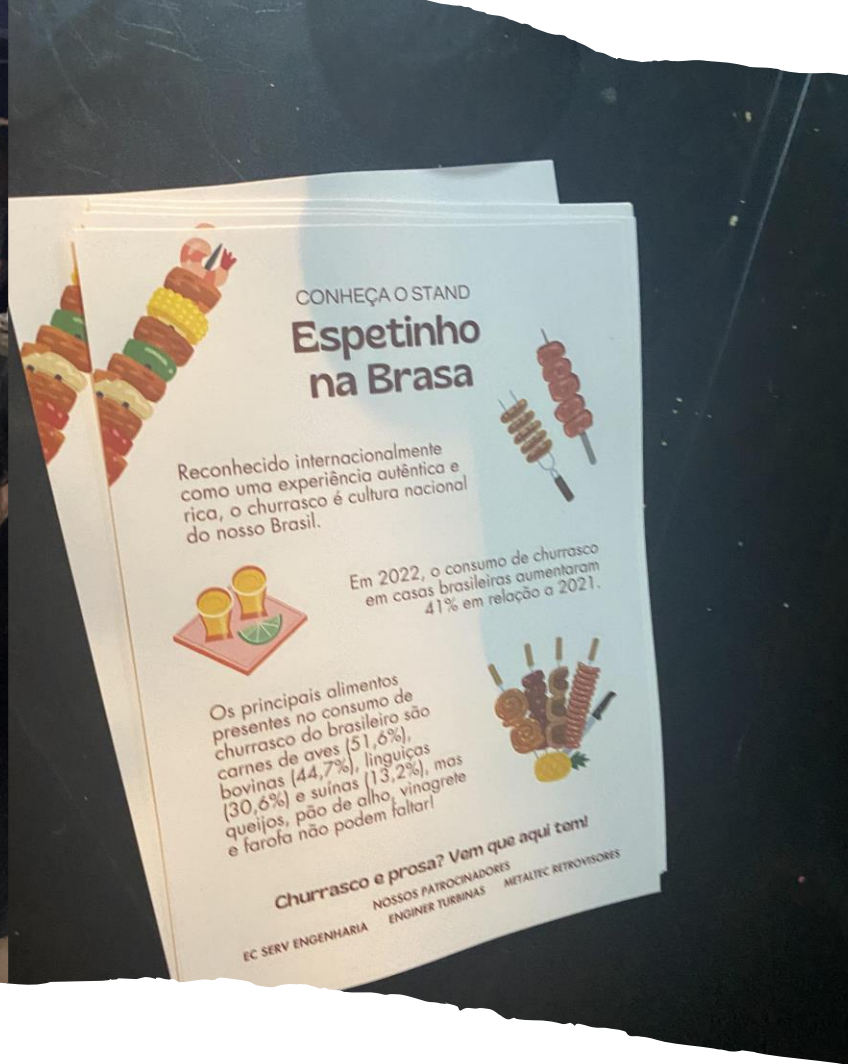
# A História do Sorvete



# Comida Mineira







# Churrasco





# Fotografias Gastronômicas

# Psicologia do Consumo





# Orçamento \$

- **Venda de pizzas.**
- **Faturamento:** aprox. \$18 mil reais.
- O **lucro líquido** foi rateado entre os grupos e de aproximadamente \$8.500,00 reais.
- Investimento nos estandes.







# Plano de Comunicação de Marketing



# Materiais de divulgação



# Objetivo

- 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**.



# Metodologia

1ª fase:  
aprofundamento  
teórico.

2ª fase:  
o planejamento, a  
organização e a  
execução dos trabalhos.





# Ação Social

- Campanha Nacional do Dia da Coleta de Alimentos.
- É uma ação organizada pela Companhia das Obras que acontece em todo o Brasil há 13 anos.
- Arrecadação de **207** (duzentos e sete) **quilos de alimentos não perecíveis**, nos quais foram doados a instituições de Ribeirão Preto e região, a fim de tentar minimizar os problemas sociais.





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.



## Considerações Finais

- 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**.

# Obrigada pela atenção!

**UNIDADE CENTRAL**

Rua Ramos de Azevedo, 423  
Jd. Paulista - Ribeirão Preto/SP

**UNIDADE ITARARÉ**

Rua Itararé, 94 - Jd. Paulista  
Ribeirão Preto/SP

**UNIDADE ITATIAIA**

Av. Itatiaia, 1.176 - Jd. Sumaré  
Ribeirão Preto/SP

**UNIDADE INDEPENDÊNCIA**

Rua José Curvelo da Silveira Jr., 110  
Jd. Califórnia - Ribeirão Preto/SP

**UNIDADE CAMILO**

Rua Camilo de Mattos, 2211  
Jd. Paulista - Ribeirão Preto/SP

0800 18 35 66

[www.baraodemaui.br](http://www.baraodemaui.br)