

Endomarketing na Prática

Gleice Avelar

FATEC Santana de Parnaíba

e-mail: gleice.silva03@fatec.sp.gov.br

Resumo

O presente trabalho trata-se de um relato de experiência da utilização de metodologias ativas para a construção do processo de ensino aprendizagem dos alunos do curso de Gestão Comercial da Fatec de Santana de Parnaíba, através do desenvolvimento de uma campanha de Endomarketing em uma empresa de atuação dos discentes. O uso de metodologias ativas no ambiente acadêmico, estimula o aprendizado do aluno de maneira efetiva, participativa e autônoma, proporcionando estratégias para o desenvolvimento de competências. A metodologia utilizada foi a aprendizagem baseada em projetos, onde os resultados consideraram que a metodologia foi adequada, pois contribui para a percepção da relação entre a teoria e a prática, construção do processo de ensino aprendizagem de forma significativa, promoveu o desenvolvimento competências necessárias para a área de formação dos discentes e estimulou uma postura ativa do aluno na busca do conhecimento e análise do cenário apresentado.

Palavras-chave: metodologias ativas, aprendizagem baseada em projetos, desenvolvimento de competências.

Introdução

O uso de novas metodologias no processo de ensino aprendizagem tornou-se uma necessidade, pois o modelo tradicional de educação não atende mais as expectativas e necessidades tanto dos alunos como do mercado do trabalho neste novo cenário onde está inserido, para isto se faz necessário mudanças em todo processo educacional, através da promoção de um aprendizado efetivo desenvolvendo competências de acordo com a realidade dos alunos, competências estas que estão além da sala de aula, que possam ser usadas na vida em todos os seus contextos.

A aprendizagem mais profunda necessita de espaços onde as práticas sejam frequentes, o aprender fazendo, e de ambientes ricos em oportunidades, o estímulo multissensorial e a valorização dos conhecimentos prévios dos estudantes são importantes para sustentar estes novos conhecimentos. [1]

O relato de experiência foi desenvolvido junto aos estudantes do quarto semestre do curso superior em Gestão Comercial da Fatec Santana de Parnaíba, na disciplina de Comunicação Interna e Endomarketing. A metodologia adotada foi a de Aprendizagem Baseada em projetos, aplicada na elaboração de uma Campanha de Endomarketing.

Tratando-se de ensino superior este fator torna-se ainda mais importante, pois é fundamental que o aluno saiba colocar em prática seus conhecimentos e tenha competências básicas para atuar em sua área de formação. O contexto onde este trabalho foi desenvolvido, de estudantes do curso de Gestão Comercial, indica que este deve ser capaz de atuar no planejamento, organização, definição de estratégias, e diversas formas de intervenção em qualquer setor. A

partir deste contexto acredita-se que o uso de metodologias ativas de aprendizagem é importante, pois conforme Moran [2], o aprendizado se dá a partir problemas e situações reais, de forma antecipada durante o curso, que serão os mesmos que os alunos vivenciarão posteriormente em sua vida profissional.

A aprendizagem ativa aumenta a flexibilidade cognitiva, trata-se da capacidade de alternar e realizar diferentes tarefas, operações mentais ou objetivos e de nos adaptarmos a situações inesperadas, requisito importante para o profissional que se pretende formar. [1]

Objetivo da aula e competência desenvolvida

O projeto desenvolvido teve como objetivo o desenvolvimento da aprendizagem prática dos discentes, através da percepção da relação entre a teoria e prática, no desenvolvimento de uma campanha de Endomarketing em uma empresa dentro de seu contexto de trabalho, com a finalidade de identificar problemas e oportunidades através da análise do cenário e propostas de soluções, a partir da aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em aula.

A atividade teve como foco o desenvolvimento das competências de comunicação, análise crítica, planejamento, organização, criatividade, tomada de decisão, resolução de problemas, trabalho em equipe, avaliação.

Metodologia ativa utilizada e sua justificativa

A atividade foi desenvolvida através da metodologia de aprendizagem baseada em projetos onde, segundo Bacich [1] essa abordagem adota como princípio a aprendizagem colaborativa, baseada no trabalho coletivo, busca problemas extraídos da realidade a partir da observação dos alunos dentro de uma comunidade, onde identificam problemas e buscam soluções para resolvê-los. Para a autora nesta metodologia os alunos se envolvem com as tarefas e desafios para resolver um problema ou desenvolver um projeto que tenha ligação com sua vida fora da sala de aula, neste processo tomam decisões sozinhos ou em equipes, por meio de projetos também podem ser trabalhadas habilidades como pensamento crítico e criativo e a percepção das diversas maneiras possíveis para se realizar uma determinada tarefa, estabelecendo conexões antes não percebidas, onde aprendem a aprender e a preparar-se para resolver problemas relativos às suas profissões.

Os projetos devem tornar a aprendizagem ativa e interessante para o aluno, já que ele tem de buscar informações, ler, debater, conversar com pessoas práticas ou acadêmicas, pesquisar, calcular, observar, “pôr a mão na massa”, analisar resultados, elaborar relatórios e tornar-se sujeito de seu próprio conhecimento. [3]

A metodologia baseada em projetos envolve o aluno em um processo de aprendizagem ativa, interligando seus saberes com a prática, desenvolvendo competências necessárias para a sua profissão, possibilitando uma visão mais abrangente de suas possibilidades de atuação, por este motivo, optou-se por sua utilização nesta disciplina, como forma de estimular o aprendizado efetivo do aluno nesta disciplina.

Para Perrenoud [4], confrontar o estudante com situações próximas das que irão encontrar no ambiente de trabalho e construir seus saberes a partir delas, ressaltam a pertinência e a falta de alguns recursos ao mesmo tempo.

Inicialmente para contextualização, os alunos foram organizados em grupos e escolheram uma empresa onde um dos integrantes atuasse, houve uma apresentação para a sala das formas de comunicação utilizadas pela empresa, o funcionamento da comunicação interna e ou Endomarketing, sua missão, visão e valores e sua relação com as ações de comunicação da empresa, bem como os impactos desta comunicação sobre os funcionários da empresa.

Ao identificarem as formas de comunicação e seus impactos, foi proposta a elaboração de um projeto de elaboração de uma campanha de Endomarketing em uma empresa escolhida pelo grupo, onde houvesse uma necessidade de aplicação da ação, para solução de problemas ou otimização de uma oportunidade.

Através de uma atividade de *brainstorming*, cada grupo escolheu uma empresa de acordo com a exposição dos integrantes, após a escolha foi apresentada as etapas do projeto:

- Definição do problema ou da oportunidade
- Diagnóstico e cenários
- Definição das metas e resultados
- Planejamento
- Desenvolvimento de ações e criação das peças
- Utilização de fatores motivacionais
- Implantação da campanha e ações de apoio
- Mensuração e avaliação dos resultados

Para definição do problema foi aplicada atividade utilizando a elaboração da matriz swot e posteriormente sua análise. Os alunos foram estimulados a dar soluções de acordo com as características, necessidades e recursos disponíveis e possíveis para cada empresa.

O desenvolvimento do projeto utilizou-se do laboratório de informática, para as apresentações utilizaram o software PowerPoint, foram apresentadas outras ferramentas digitais, com orientações através de tutoriais, como o Trello para gestão do projeto, Canva e Newsletter Lucidpress para confecção de peças da campanha, Toondoo para desenvolvimento de quadrinhos, que possibilitassem a utilização de diferentes formas de linguagens de acordo com o público alvo envolvido.

O projeto foi finalizado com a apresentação em sala das informações da empresa para contextualização, as propostas e ou atividades desenvolvidas da campanha de Endomarketing elaborada pelo grupo.

Através da elaboração do projeto foi possível que os alunos verificassem as diferenças em seus diversos contextos, suas necessidades, particularidades, diversidade de público e características, conciliando a teoria com a prática e identificando as possibilidades e dificuldades de atuação de acordo com cada empresa pesquisada.



Figura 1. Estudantes do 4º semestre do curso Gestão Comercial em momento de *Brainstorming*
Fonte: O autor



Figura 2. Estudantes do 4º semestre do curso Gestão Comercial em momento de *Seminário*
Fonte: O autor



Figura 3. Estudantes do 4º semestre do curso Gestão Comercial em momento de *Seminário*
Fonte: O autor

Avaliação da aprendizagem

A avaliação foi realizada na apresentação do projeto de acordo com o desempenho dos grupos, através da verificação do atendimento dos critérios estabelecidos e do desenvolvimento do projeto a seguir: Identificação do problema/oportunidade e do público alvo, viabilidade e aplicabilidade da solução proposta, desenvolvimento do projeto de acordo com o público alvo e com as possibilidades e disponibilidades de recursos oferecidas pela empresa, relacionamento entre o conteúdo disciplinar e a prática, compreensão e identificação do cenário e das necessidades da empresa trabalhada.

Resultados

A atividade desenvolvida foi satisfatória, pois houve integração e colaboração entre os alunos de cada equipe, troca de informações e experiências entre os grupos, possibilitou aplicar os conhecimentos adquiridos em aula e vivenciar sua prática, verificar as diversas realidades das empresas pesquisadas, identificar possibilidades, dificuldades e particularidades de cada organização. Estimulou o aprendizado através da investigação e busca por soluções e ferramentas adequadas em cada projeto.

Um ponto positivo a ser destacado é que a partir da pesquisa e da elaboração do projeto, alguns alunos receberam convites de seus gestores para darem continuidade na atividade em suas empresas, outros puderem observar e identificar possibilidades de aplicação prática e de melhoria, que podem ser adequadas em suas empresas a partir das propostas apresentadas.

Promoveu a aplicação de competências necessárias para o desenvolvimento do projeto como a comunicação, trabalho em equipe, planejamento, organização, avaliação, resolução de problemas, raciocínio crítico e criatividade.

Dificuldades encontradas

Os alunos tiveram dificuldades durante a execução do projeto quanto a organização e dedicação de tempo para as tarefas, devido as atividades das outras disciplinas do curso que deveriam ser entregues no mesmo espaço de tempo, os alunos tiveram que se dividir na execução das atividades, embora estivessem interessados e bastante envolvidos no projeto. Não houve adesão de outras disciplinas para o desenvolvimento de um trabalho interdisciplinar, pois já tinham outras atividades programadas. Outra questão foi quanto a escolha da empresa onde o projeto deveria ser desenvolvido, pois muitos integrantes gostariam que o projeto fosse realizado em suas empresas, mas só seria possível em uma empresa por grupo.

Conclusão

A partir do trabalho desenvolvido é possível concluir que as metodologias ativas contribuem efetivamente para a construção do processo de ensino aprendizagem do aluno, e que a metodologia utilizada: aprendizagem baseada em projetos, proporciona uma aprendizagem significativa, o desenvolvimento de competências necessárias para a sua formação profissional, a compreensão dos conteúdos do curso relacionando com situações reais de trabalho, estimula a pesquisa, a motivação, o envolvimento do aluno pela busca de conhecimentos e soluções, promovendo o desenvolvimento de uma postura ativa do aluno.

Referências

- [1] BACICH, Lilian; MORAN, José. Metodologias Ativas para uma Educação Inovadora: Uma Abordagem Teórico-Prática. Porto Alegre: Penso Editora, 2018.
- [2] MORAN, José Manuel. Mudando a educação com metodologias ativas. Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania: aproximações jovens. Ponta Grossa: UEPG Foca. Coleção Mídias Contemporâneas, 2015.
- [3] MATHIEU, Elizabet Rodrigues Oliveira; BELEZIA, Eva Chow. Formação de jovens e adultos: (Re)Construindo a prática pedagógica. São Paulo: Centro Paula Souza, 2013.
- [4] PERRENOUD, Phillipe et al. As competências para ensinar no século XXI: a formação dos professores e o desafio da educação. 1. ed. Porto Alegre: ARTMED, 2002.

