



RESUMO EXPANDIDO SUBMETIDO AO XXVI ENID - 2024 - UFPB FORTALECENDO O ENSINO E APRENDIZADO NA DISCIPLINA DE MARKETING II POR MEIO DA MONITORIA ACADÊMICA

Lidiane Fernandes Postimo (Discente bolsista)

Stephanie Ingrid Souza Barbosa, Dr^a (Professora orientadora)

Programa Acadêmico de Monitoria

Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias (CCHSA), Campus III.

INTRODUÇÃO

O componente curricular de Administração de Marketing II, ofertada no período de 2024.1, faz parte da grade curricular do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), no CCHSA e visa o desenvolvimento de competências e conhecimentos relacionados à Administração de Marketing. Tem como principal objetivo fornecer uma compreensão aprofundada sobre as ideias e práticas que envolvem a gestão do composto de marketing, incluindo os elementos de produto, preço, promoção e distribuição. A disciplina, ainda em andamento, busca preparar os discentes para lidar com os desafios da gestão de marketing em contextos empresariais variados.

De acordo com Kotler e Keller (2012), o marketing é uma atividade central para o sucesso das organizações, sendo responsável por “identificar e satisfazer as necessidades humanas e sociais” de forma rentável. Nesse contexto, o curso aborda conteúdos essenciais como: gestão do produto, gestão de serviços, gestão do preço, gestão dos canais de distribuição e gestão da comunicação de marketing.

Além disso, a disciplina estimula o desenvolvimento de habilidades essenciais, como a capacidade de compreender e elaborar estratégias eficazes para a gestão do composto de marketing, oferecendo aos alunos meios para se tornarem profissionais capacitados a atuar de maneira estratégica no mercado.

METODOLOGIA

Na monitoria de Marketing II em 2024.1, foram utilizadas várias estratégias didáticas para aprimorar o ensino-aprendizagem, com foco em aulas expositivas que incentivaram a participação dos alunos e discussões sobre as implicações dos temas nos contextos organizacionais. Conforme Pinto et al. (2016), a monitoria acadêmica não só reforça a compreensão dos conteúdos, como também estimula o desenvolvimento de habilidades fundamentais para a formação dos estudantes, ao proporcionar um ambiente de interação e aprendizado contínuo.

O uso de estudos dirigidos foi uma ferramenta central para consolidar os conteúdos abordados, complementado pela utilização de grupos no WhatsApp, que facilitaram a comunicação entre alunos, monitor e professor. Este recurso proporcionou um canal rápido e eficaz para a resolução de dúvidas e o acompanhamento das atividades propostas, tornando a comunicação mais ágil e acessível.

O processo avaliativo foi dividido em três unidades. Na primeira, houve uma avaliação formal acompanhada de atividades ao longo do período. A segunda unidade seguiu a mesma abordagem, com uma

nova avaliação e atividades complementares. Na terceira unidade, os alunos desenvolveram um trabalho escrito sobre temas previamente definidos, aplicando os conhecimentos adquiridos nas aulas.

Além disso, houve acompanhamento de todas as aulas presenciais, oferecendo suporte contínuo aos alunos em relação ao conteúdo e à resolução de exercícios programático. Fiquei disponível para esclarecer dúvidas e dar feedbacks construtivos, além de ter a oportunidade de ministrar uma aula, o que reforçou minha experiência prática no ensino.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A experiência vivenciada durante a monitoria da disciplina de Marketing II no semestre 2024.1 foi extremamente positiva para alunos e monitor. A metodologia, que incluiu aulas expositivas, estudos dirigidos e o uso do WhatsApp para comunicação, contribuiu para o engajamento e a compreensão dos conteúdos.

Na primeira unidade, os resultados das avaliações indicaram um bom aproveitamento da turma. A combinação de atividades complementares realizadas ao longo das aulas, aliada à orientação constante oferecida pelo monitor, possibilitou aos discentes um entendimento mais profundo dos conceitos, como gestão de produto, preço e distribuição. O feedback constante, tanto presencialmente quanto via WhatsApp, reforçou a compreensão dos alunos e permitiu ajustes imediatos nas estratégias de estudo. Em relação à segunda unidade, os resultados ainda não estão disponíveis, pois as avaliações estão em andamento. Contudo, o suporte contínuo do monitor e as atividades de consolidação de conhecimentos têm sido fundamentais. A expectativa é que os resultados sejam positivos, considerando o alto nível de participação dos alunos. Na terceira unidade, os alunos estão desenvolvendo um trabalho escrito para aplicar os conhecimentos adquiridos. O monitoramento constante na estruturação dos trabalhos tem sido essencial para garantir a qualidade das análises. Essa atividade permite que os alunos pratiquem a síntese e a aplicação dos conceitos de marketing em cenários reais.

A monitoria também se revelou uma experiência formativa enriquecedora para o monitor, possibilitando o desenvolvimento de competências pedagógicas ao acompanhar aulas, tirar dúvidas dos alunos e ministrar uma aula.

Em síntese, a monitoria tem se mostrado fundamental para o sucesso acadêmico dos alunos. O suporte contínuo e as metodologias participativas foram decisivos para consolidar o aprendizado e a motivação dos discentes. Como destacado por Pinto et al. (2016), a monitoria proporciona um ambiente colaborativo que beneficia tanto alunos quanto monitores, contribuindo para a formação integral no ambiente acadêmico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monitoria de Marketing II no semestre 2024.1 tem sido essencial para melhorar o ensino-aprendizagem. Aulas interativas e estudos dirigidos estimularam o engajamento dos alunos, enquanto o uso de um grupo de WhatsApp facilitou a comunicação e colaborou para um aprendizado mais fluido e colaborativo.

Até agora, os resultados indicam um impacto positivo, especialmente na primeira unidade, com bom desempenho nas atividades e avaliações. A expectativa para a terceira unidade é otimista, pois permitirá a aplicação prática dos conceitos discutidos.

A experiência como monitor foi enriquecedora, incluindo a condução de uma aula e suporte nas discussões. Segundo Amato (2016), a monitoria é crucial no fortalecimento do ensino superior, e essa vivência confirma sua relevância. Ao final do semestre, espera-se que os alunos tenham uma compreensão mais aprofundada do marketing e uma capacidade crítica aprimorada para aplicar esses conhecimentos.

REFERÊNCIAS

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Administração de Marketing* (14ª ed.). São Paulo. Pinto, M. B., et al. (2016). *Monitoria acadêmica: importância e contribuição para a formação do enfermeiro*. Rev. Enferm. UFPE On Line, 10(6), 1990-1997.

Amato, M. (2016). *O papel da monitoria no fortalecimento do processo de ensino-aprendizagem em instituições de ensino superior*. Caderno de Pedagogia, 9(1), 45-56.