

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Contribuições das plataformas digitais na prática docente do marketing digital

André Giovanini Antas¹

Prof. Dr. Roberto Kanaan²

Mestrado Profissional em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional
São Paulo

Resumo – Este artigo apresenta breve descrição da utilização de ferramentas midiáticas digitais em práticas docentes no contexto do ensino superior da disciplina Marketing Digital. Realizou-se atividade prática aos alunos de 4º e 5º semestres do curso de Propaganda e Marketing da Universidade Paulista, Campus Tatuapé, proporcionando um ambiente de aprendizagem que facilitasse aos discentes a conexão entre teoria e prática mediante a realidade de mercado dos profissionais de marketing e comunicação. Percebeu-se: a importância do desenvolvimento de novas competências docentes; a necessidade de aquisição de saberes transdisciplinares; benefícios da criação de comunidades de prática e de aprendizagem.

Palavras-chave: Educação, Marketing, Prática Docente.

Abstract – This essay presents a brief description about the teaching practices using digital media tools Digital Marketing at University in 4th and 5th terms students from Universidade Paulista – Campus Tatuapé, from Marketing course, providing them facilities to connect theory and practice for marketing professionals. It was noticed new teaching competences development importance, transdisciplinary knowledge acquisition need and creation of practice and learning communities benefits.

Key words: Education, Marketing, Teaching Practice.

1 Introdução

O avanço tecnológico tem trazido contribuições para a sociedade e por extensão aos processos educacionais. No âmbito do marketing Digital tem-se verificado a influência sistemática das plataformas digitais na prática docente.

A constante mudança e a heterogeneidade no perfil das múltiplas gerações representam desafios que passam a exigir do professor contemporâneo a confiança, a mediação intelectual e mediação de uma comunidade educativa.

¹ Centro Paula Souza – prof.antas@yahoo.com.br

² Centro Paula Souza – kanaanhe@gmail.com

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Tais aspectos levam Tardif (2002, p.9) a questionar quais conhecimentos e saberes os professores necessitam mobilizar para realização correta de suas atividades docentes, bem como a sua natureza. O autor considera que

[...] o saber dos professores não é um conjunto de conteúdos cognitivos definidos de uma vez por todas, mas um processo em construção ao longo de uma carreira profissional na qual o professor aprende progressivamente a dominar o seu ambiente de trabalho, ao mesmo tempo em que se insere nele e o interioriza por meio de regras de ação que se tornam parte integrante de sua “consciência prática”. (TARDIFF, 2002, p.14)

É desejável que ele [o professor] seja capaz de expressar a conexão entre teoria e prática por meio da criação de situações de aprendizagem e também de uma prática reflexiva que favoreça a construção de novos saberes (PERRENOUD e THURLER, 2002, p.14).

Embora focada no ambiente de trabalho corporativo em relação ao ambiente de trabalho em 2020, uma observação de Meister e Willyerd (2013, p.4) pode ser considerada de forma análoga no ambiente escolar, considerando-se serem as instituições de ensino o ambiente de trabalho dos docentes.

À medida que examinamos o ambiente de trabalho do futuro, percebemos que tudo o que sabemos sobre trabalho, onde e como trabalhamos, sobre habilidades que precisamos para nos manter empregáveis e quais tecnologias usamos para nos conectar com os colegas está em constante mudança. E essas alterações vão acontecer cada vez mais rápido, conforme avançamos em direção a 2020. (MEISTER e WILLYERD, 2013, P.4)

Sob a perspectiva da profissão docente, cabe a reflexão a respeito da identificação e uso de novos conhecimentos (saberes) e competências necessários para propiciar um ambiente de aprendizado frente às diversidades das novas gerações que estão ingressando no ensino superior, de modo que o docente consiga atrair, motivar e facilitar o aprendizado do público escolar.

Neste sentido Perrenoud e Thurler (2002, p.17) observam que “Naturalmente, nada nos obriga a adaptar a formação inicial à realidade atual de uma profissão. A formação não tem nenhum motivo para abordar apenas a reprodução, pois deve antecipar as transformações” e complementam afirmando que é necessário que os docentes adquiram novos saberes necessários ao trabalho docente (PERRENOUD e THURLER, 2002, p.19).

O pensamento de ZANONA (2015, p.20 e 21) corrobora o de Perrenoud e Thurler (2002) ao considerar que os indivíduos competentes são “[...] mais eficientes, adaptáveis e preparados para mercados competitivos que se modificam rapidamente.”.

AMARAL et al. (2011, p.83) consideram que professores usuários de tecnologias de informação e comunicação (TIC) necessitam possuir as seguintes competências: Tecnológicas, as quais estão relacionadas ao domínio das ferramentas voltadas à internet; Didáticas, agregando a criação de materiais e produção de tarefas; Tutoriais, abarcando habilidades de comunicação e adequação às características dos alunos no processo de aprendizagem.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

O crescimento da mobilidade permite a extensão das interações e usos das redes sociais digitais em tempo real (GABRIEL, 2010, p.194), viabilizando o uso de celulares como ferramenta de aprendizagem pessoal e corporativa (MEISTER e WILLIERD, 2013, p.26). O ambiente de trabalho docente pode acrescentar plataformas digitais como blogs, canais de Youtube, computação nas nuvens, dentre outras redes sociais, em complemento à lousa e aos livros didáticos. (GABRIEL, 2010, p.194),

A utilização da tecnologia na educação permite a adoção de práticas docentes que possibilitem a construção do conhecimento, essencial no desenvolvimento de novas competências profissionais significativas para o aprendiz, necessárias no mercado de atuação por meio de práticas não padronizadas, conforme comentam Galhardi e Breternitz (2011, p.130).

Em razão do exposto e da possibilidade de criar novos processos de incorporação de saberes por meio de novas práticas docentes a partir das redes sociais, questiona-se: Quais as contribuições das plataformas digitais na prática docente do Marketing Digital?

Em busca do esclarecimento à questão apontada, este estudo objetiva: Identificar as contribuições das plataformas digitais na prática docente do Marketing Digital; Verificar, a partir da atuação prática dos discentes, a utilização das plataformas digitais.

2 Fundamentação teórica

Os desafios atualmente encontrados para a adoção das ferramentas de Marketing Digital devem ser analisados por três pontos de vista distintos, porém integrados: das organizações; do corpo docente, segundo a necessidade de estarem constantemente atualizados em termos de conhecimento e também de novas práticas docentes que possibilitem o aprendizado por parte dos alunos; e das Instituições de Ensino Superior (IES), no que se refere a ser um facilitador para os dois casos anteriores.

Do ponto de vista das organizações o desafio é encontrar profissionais qualificados que atendam às suas necessidades. As universidades devem ser um ambiente de promoção de estudos sobre o meio digital e suas especificidades, permitindo uma abordagem profissional da usabilidade das mídias digitais e sua convergência por meio da elaboração de um conteúdo funcional. Os docentes devem ser capazes de destacar a relação entre tecnologia e suas aplicações no marketing (LIBANEO, 2001), (PERRENOUD, 2002), (LIMEIRA, 2009), (MEISTER e WILLIERD, 2013).

A partir das considerações desses autores, é possível perceber que o desafio comum a estes três pontos de vista pode estar: 1) No fato da disciplina Marketing Digital ser considerada uma área nova, cujos conceitos ainda estão em construção; 2) na velocidade com que novos usos do marketing praticado via internet são identificados; 3) disponibilidade de tempo dos profissionais e docentes para atualização dos conceitos e técnicas que surgem constantemente.

A evolução dos dispositivos móveis e respectivos aplicativos disponíveis para os sistemas operacionais já existentes (iOS, Android, Windows) vêm alterando a maneira de como as organizações desenvolvem suas estratégias de marketing.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Como consequência, surge a necessidade das instituições de ensino possuir profissionais preparados para a prática docente no marketing digital.

A American Marketing Association não possui definição específica para Marketing Digital, contudo define que

Marketing é a atividade, conjunto de instruções e de processos para a criação, entrega e a troca de ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral. (AMA, 2013)

Limeira (2009, p.10) afirma que “[...] o marketing eletrônico ou e-marketing, também conhecido como marketing digital [...]” como sendo “[...] o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo da informação recebida.”. Assim como Limeira (2009), Torres (2009, p.45) considera que os termos marketing digital, publicidade on-line, marketing na web, publicidade na internet, necessariamente compreendem a internet como ferramenta de marketing.

Galhardi e Breternitz (2011, p.127) entendem que “Uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações conectadas por um ou vários tipos de relações que compartilham valores e objetivos comuns”, englobando o objetivo da aprendizagem.

Corroborando a visão de Wenger (2002), Safko e Brake (2010, p.5) complementam o conceito por considerarem que

Mídia social se refere a atividades, práticas e comportamentos entre as comunidades de pessoas que se reúnem online para compartilhar informações, conhecimentos e opiniões usando os meios de conversação. (Safko e Brake, 2010, p.5)

Os autores acrescentam que “Meios de conversação são aplicativos baseados na web, que permitem criar e transmitir facilmente o conteúdo na forma de palavras, imagens, vídeos e áudios.” (SAFKO e BRAKE, 2010, p.5).

Gabriel (2010, p.202) entende que

Se por um lado, redes sociais relacionam-se com pessoas conectadas em função de um interesse comum, as mídias sociais associam-se a conteúdos (texto, imagem, vídeo, etc) gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais. (Gabriel, 2010, p.202)

Neste contexto pode-se entender que redes sociais são conexões compostas por pessoas cujo objetivo é fazer contatos e relacionamentos sociais e profissionais, podendo-se adicionar a prática docente. Na internet as redes sociais digitais também promovem o relacionamento e a interação entre pessoas, entre estas e empresas, entre duas ou mais empresas, caracterizando comunidades de prática, as quais consideram o aprendizado coletivo, seja no meio profissional ou educacional.

Comunidades de prática são grupos de indivíduos que compartilham uma preocupação, um conjunto de problemas, ou algum interesse sobre determinado assunto e que aprofundam seus

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

conhecimentos e experiência nesta área, interagindo de forma contínua. (WENGER et al, 2002, p.4)

Nesta óptica, a prática docente quanto ao ensino da disciplina Marketing Digital a partir das redes sociais digitais (*Youtube, Instagram, Facebook, Twitter*, dentre outros) pode ser considerada uma comunidade de prática que proporciona a construção de novos saberes docentes e saberes discentes.

Nota-se, portanto, que as redes sociais podem cumprir a função de mídias sociais, quando utilizadas para troca de conteúdos em formatos diversos cujo fim seja a propaganda, a promoção de produtos e de empresas (SAFKO e BRAKE, 2010, p.5) (GALHARDI e BRETERNITZ, 2011, p.127), (GABRIEL, 2010, p.202).

A partir da visão destes autores, as plataformas de redes sociais podem exercer diferentes papéis, dentre eles redes de relacionamento, redes profissionais, redes comunitárias e também de mídias sociais, podendo ser consideradas canais de vendas de produtos (bens, serviços, informações, conhecimentos).

Segundo apontam Perrenoud e Thurler (2002, p.14) cabe ao professor o papel de mediador intercultural das comunidades educativas, a fim de garantir a construção do saber e competências deste e, conseqüentemente, do corpo discente sob sua orientação. Na visão dos autores, o professor deve, dentre outros aspectos, garantir o sentido dos saberes, criar situações de aprendizagem e ser um agente regulador dos processos e percursos de formação. Meis (2002, p.109) compartilha desta visão ao afirmar, em relação ao que denomina surfe tecnológico, que a universidade deve ir além da transmissão de informações, realizando um papel formador.

Cabe adicionar a prática reflexiva aos fatores citados, uma vez que a reflexão sobre a experiência favorece a construção de novos saberes (PERRENOUD e THURLER, 2002, p.14), viabilizando entre outras particularidades, a observação empírica metódica sobre as suas práticas docentes, minimizando a defasagem entre a realidade da profissão e os aspectos teóricos das disciplinas aplicadas em sala de aula (PERRENOUD e THURLER, 2002, p.17). Os autores defendem que os professores transponham a fronteira das aulas e seminários clássicos e criem uma identidade por meio da moderação de grupo e da análise de práticas ou reflexão comuns sobre a realidade profissional, articulando teoria e prática (PERRENOUD e THURLER, 2002, p.23) que permitam aos alunos a incorporação dos saberes necessários à sua formação, a partir do estabelecimento dos objetivos claros de aprendizagem, dos conteúdos trabalhados em sala de aula e dos recursos disponíveis para o desenvolvimento das práticas docentes, além de uma avaliação com base na análise do resultado do trabalho nas comunidades de prática concebidas no âmbito educacional.

Os docentes auxiliam seus alunos a construírem a si próprios por meio dos saberes docentes e, posteriormente, por seus próprios saberes. “Ser professor é assumir sempre a apresentação dos saberes e, ao mesmo tempo, o acompanhamento de sua apropriação” (MEIRIEU, 2006, p. 21).

Como já sinalizado, o ambiente educacional e profissional docente encontra-se em constante mudança, dada a heterogeneidade das gerações ingressantes nas IES.

Na visão de Zanona (2015, p.26) as mudanças constantes representam desafios na prática docente em razão do surgimento de defasagens entre teorias ensinadas em sala de aula e as necessidades demandadas pelas organizações.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Intrinsecamente neste processo surge a necessidade das IES buscarem novos modelos de atividades que proporcionem ao corpo docente aplicarem atividades aos discentes colaborando para a adequação dos saberes aos ambientes mercadológicos e aos ambientes de trabalho nos quais professores e alunos encontram-se inseridos. A autora acrescenta que

A revolução das tecnologias da informação implica a forma como as informações são tratadas e as áreas de conhecimento que as envolvem, as novas aplicações, as potencialidades das tecnologias, o acesso a quantidade limitada de informações, as novas formas de comunicação, por meio de blogs, fóruns, posts, redes sociais, “tecnologias que propiciam a consolidação de uma economia do conhecimento, na qual este se converte no principal motor da riqueza e competitividade dos países, das empresas e das pessoas” (Santomé, 2011, p.176). (ZANONA, 2015, p.29)

Nesta rota, a informática pode representar um grande desafio para boa parte dos docentes que se veem incapazes de incluí-la em suas metodologias e práticas pedagógicas, como observado por GENGNAGEL (2012, p.5) e cuja ação está diretamente associada à criatividade do professor e do seu grau de profissionalização. Uma das definições dadas por Perrenoud (2001, p.137) para profissionalização é: “[...] o grau de avanço de sua transformação estrutural no sentido de uma profissão total.”.

É possível perceber que a inclusão dos meios midiáticos como ferramentas de aprendizagem ultrapassam a ideia de sofisticação. Deve ser, sobretudo, delineador nos processos de aprendizagem diante do contexto tecnológico (ZABALZA, 2004, p. 173).

Doravante, pode-se considerar a possibilidade de adoção de práticas docentes que incluam o uso de tecnologia e redes sociais no processo educativo, ampliando os resultados da aprendizagem recorrendo a ferramentas midiáticas, objetivando minimizar a lacuna existente entre teoria e prática, principalmente no terreno de disciplinas diretamente ligadas aos meios de comunicação digitais, como no caso da disciplina Marketing Digital.

3 Metodologia

Utilizou-se a metodologia descritiva com enfoque misto, classificação bibliográfica e experimental e procedimento de pesquisa participante, por se tratar de análise de aplicação de atividade prática supervisionada a fim de proporcionar aos alunos de 4º e 5º Semestres do curso de Propaganda e Marketing do Campus Tatuapé (noturno) a utilização de conceitos trabalhados em sala de aula na disciplina Marketing Digital.

A amostra considerada é não probabilística e por conveniência, totalizando 32 alunos e um professor. A atividade prática foi desenvolvida como avaliação bimestral (2º bimestre – 09 de abril a 09 de junho) no 1º semestre letivo de 2016. A avaliação considerou os seguintes critérios: Apresentação de trabalho escrito (peso 3); Montagem de exposição (peso 3); Aplicação dos conceitos trabalhados em sala de aula, com criação e compartilhamento de conteúdos via redes sociais (peso 4).

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Definiu-se como tema as **Contribuições das plataformas digitais em ações de marketing**. O meio utilizado foi uma exposição de redes e mídias sociais e como ferramentas adotou-se as plataformas digitais.

Os alunos foram divididos em NOVE equipes, cada qual responsável por uma plataforma digital / rede social digital (*Linkedin, Facebook, Snapchat, Google+, Instagram, Twitter, eMail Marketing, WordPress e Youtube*). As equipes foram desafiadas a desenvolverem a primeira exposição de marketing digital do referido curso.

Sob a orientação do professor, os alunos desenvolveram o planejamento de marketing e de comunicação para a EXPOPMK16 e respectivas estratégias de divulgação e de geração de conteúdo. Os resultados da exposição foram avaliados a partir das métricas de cada uma das plataformas digitais.

A atividade foi realizada em grupos e composta de cinco etapas que abrangessem o critério de avaliação definido. Coube a cada grupo (ou célula de trabalho) uma plataforma específica. A plataforma pesquisada pelos grupos foi definida por sorteio. Cada grupo efetuou levantamento de informações relevantes sobre o uso das plataforma/tema de seu trabalho e sua contribuição (uso e aplicações) em ações de marketing.

A primeira etapa ocorreu no período de 11 a 25 de abril. Consistiu na elaboração de trabalho escrito sobre plataforma digital de comunicação, seguindo as normas ABNT. Abordou-se os conceitos de plataformas digitais, seu histórico, suas aplicações e contribuições da plataforma para ações de marketing e as respectivas métricas para avaliação de resultados das ações de marketing.

A segunda etapa transcorreu no período de trinta dias (2 de maio a 2 de junho) e foi subdividida em três momentos distintos. O primeiro momento deu-se de com a elaboração de plano de marketing e comunicação do evento (2 a 20 de maio). O segundo momento sucedeu-se com a divulgação da EXPOPMK16 (de 23 a 25 de maio) e o terceiro momento ocorreu com a montagem da exposição em formato *off-line* (30 de maio a 02 de junho). Nesse ínterim efetuou-se a divulgação *on-line* da exposição, a geração de conteúdos relevantes e interatividade dos alunos com o público alvo da EXPOPMK16.

A terceira e última etapa da atividade prática supervisionada foi realizada de 03 a 9 de junho e consistiu na elaboração de relatório por cada célula de trabalho, compreendendo a análise dos resultados obtidos a partir das métricas específicas de cada uma das plataformas digitais.

4 Resultados e discussões

O desenvolvimento conjunto de atividades entre professor e alunos requer do docente, dentre outros haveres, uma postura pedagógica mais congruente. Wechsler (*in* CASTANHO e CASTANHO, 2002, p. 166) concebe que “O papel do professor é essencial como estimulador do pensamento e das atitudes criativas em seus alunos [...]”.

Perrenoud (2001), Meirieu (2005) e Tardif (2014) abordam a importância de se trabalhar mais próximo ao aluno e de seus saberes e apontam como desafio a ambiguidade existente entre os saberes com o saber da profissão de professor. Ainda na linha dos desafios, Libaneo (2001, p. 15) enfatiza os avanços na

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

comunicação e nas transformações tecnológicas cada vez mais inseridas no contexto da educação e sua interferência no trabalho docente, na interação com os estudantes e na qualidade do ensino.

No tocante à prática educativa Tardif (2002) caracteriza o saber dos professores como um saber social e interpreta a modificação da identidade do trabalhador pelo seu trabalho “[...] uma vez que trabalhar remete a aprender a trabalhar, ou seja, a dominar progressivamente os saberes necessários à realização do trabalho.”. (TARDIF, 2002, p. 57)

De Sordi (*in* CASTANHO e CASTANHO, 2002, p. 171) critica os modelos prescritivos e soluções prontas por considerar que a avaliação deva favorecer o desenvolvimento da autonomia intelectual através da interação entre professor-alunos/alunos-alunos em favor da construção de um conhecimento socialmente válido.

Assim, propôs-se aos alunos uma experiência que permitisse a amplificação do envolvimento destes e os motivasse no tocante ao interesse sobre o conteúdo a ser ensinado na disciplina Marketing Digital.

A prática docente aplicada no primeiro bimestre foi teórica, incluindo a avaliação. Dos 32 alunos, 19 obtiveram nota inferior a 7,0. A adoção de uma didática voltada para a prática no transcórre do segundo bimestre acarretou discreta melhora, com 16 alunos com nota abaixo de 7,0. Embora este resultado possa parecer irrisório, houve considerável melhora no aproveitamento escolar, como se pode observar na tabela 1, a seguir.

Tabela 1: Comparação das notas de B1 e B2

Qde alunos sem alteração na nota	Pontos a menor na nota de B2 em relação à nota de B1	Qde alunos	Pontos a maior na nota de B2 em relação à nota de B1	Qde alunos
2	0,1 < nota <= 1,0	4	0,1 < nota <= 1,0	3
	1,0 < nota <= 2,0		1,0 < nota <= 2,0	2
2	2,0 < nota <= 3,0	13	2,0 < nota <= 3,0	7
	3,0 < nota <= 4,0		3,0 < nota <= 4,0	1
	4,0 < nota <= 5,0		4,0 < nota <= 5,0	1
	não participou		5,0 < nota <= 6,0	1
			6,0 < nota <= 7,0	1
			7,0 < nota <= 8,0	0
			8,0 < nota <= 9,0	1
				17

Fonte: Elaborado pelos autores

De um total de 32 estudantes, 13 (40%) apresentaram diminuição em suas notas no segundo bimestre em relação ao primeiro, com destaque para 4 alunos que apresentaram notas até 1,0 ponto abaixo da anterior e 4 alunos nota entre 1,0 e 2,0 pontos. Em contrapartida 17 (53%) estudantes apresentaram melhoras em suas notas. Destes, 7 (21,8%) obtiveram incremento entre 2,0 e 3,0 pontos em suas notas de segundo bimestre. Dois alunos mantiveram as notas inalteradas.

Os benefícios para a IES, estudantes e professor são constatados pela apuração no resultado das avaliações. É perceptível a progresso dos alunos quando do emprego de teoria e prática no processo de aprendizagem.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Por conseguinte, é possível notar, a importância das IES permitirem ao corpo docente a introdução de novas práticas docentes relevantes para a significação de conhecimentos necessários aos estudantes para sua prática profissional (LIBANEO, 2001; PERRENOUD, 2002; LIMEIRA, 2009; MEISTER e WILLIERD, 2013).

Verificou-se que a prática docente demanda a modificação de atitudes docentes. “É desejável que o professor invista em sua atualização científica, técnica e cultural, como ingredientes do processo de formação continuada” (LIBANEO, 2001, p.43). Deste modo é possível obter maior precisão na definição de critérios avaliativos e indicadores de êxito em conformidade com os projetos desenvolvidos junto ao corpo docente. (MEIRIEU, 2005, p.45)

Neste sentido, foi possível direcionar uma conduta mediadora, facilitadora e que propiciou ao professor uma prática docente que lhe permitiu a aprendizagem significativa mediante práticas reflexivas de modo a democratizar saberes socialmente significativos e desenvolvimento de capacidades intelectuais e afetivas, proporcionou a construção de conteúdos referentes às tecnologias da comunicação e informação, às habilidades no uso dessas tecnologias e desenvolver habilidades, competências e atitudes necessárias em um mundo cada vez mais informatizado (LIBANEO, 2001, p. 68).

Meirieu (2005, p.20) afirma que “[...] todo ensino verdadeiro, em todos os níveis, assume, ao mesmo tempo, o caráter inquietante do encontro com o desconhecido e o acompanhamento que proporciona a segurança necessária” e que “Ser professor é assumir sempre a apresentação dos saberes e, ao mesmo tempo, o acompanhamento de sua apropriação” (MEIRIEU, 2005, p. 21)

5 Considerações finais

O desafio proposto aos alunos mostrou-se oportuno. Permitiu aos estudantes o desenvolvimento da capacidade de planejamento (definição de metas e cronogramas), nível de foco e comprometimento com os demais grupos (total de nove), e faculdade de trabalho em equipes remotas.

No decorrer do período alguns alunos espontaneamente despontaram como líderes de cada equipe, sendo naturalmente reconhecidos pelos integrantes de seus respectivos grupos. Houve interação durante as aulas presenciais e interatividade entre os membros de cada célula de trabalho e destas entre si durante o desenvolvimento da atividade prática supervisionada.

No decorrer deste estudo observou-se que a utilização de ambientes virtuais nas práticas docentes permitiu a potencialização e dinamização da aprendizagem coletiva. A sua realização implicou na formação contínua do profissional docente, compreendendo o desenvolvimento de novas competências, necessárias na prática docente mediante o avanço cultural e tecnológico.

A simples exposição da matéria, aplicação de exercícios e avaliações tradicionais e a utilização de procedimentos prontos se mostram insuficientes para a conquista de bons resultados de aprendizagem em disciplinas contemporâneas diretamente relacionadas às tecnologias de informação, como notado após a avaliação do 1º bimestre.

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

Constatou-se, após a avaliação do aproveitamento dos alunos ao final do respectivo semestre letivo, que o desenvolvimento da atividade prática mostrou-se bastante produtivo e gratificante para os alunos e para o professor envolvidos em sua prática, bem como para a IES onde ocorreu este estudo.

O surgimento de novos desafios para o profissional docente é constante, havendo a necessidade da criação de estratégias que permitam a integração dos recursos humanos e tecnológicos.

Um dos caminhos pode ser o compartilhamento de práticas educacionais que desafiem, incentivem e despertem a curiosidade e o aprendizado dos alunos, viabilizando o compartilhamento de experiências entre eles, entre estes e o professor e também entre os professores. O trabalho interativo e compartilhado entre professores e alunos permite aos estudantes e aos professores a aquisição de novos saberes e desenvolvimento de novas competências profissionais necessárias aos seus trabalhos.

Cabe ao professor, enquanto agente criador, mediador e facilitador de um ambiente favorável à realização de estudo e de aquisição de conhecimento, o exercício de reflexões sobre a preparação, execução e avaliação de resultados de acordo com os objetivos propostos nos planos de ensino das respectivas grades curriculares.

Para a efetivação de novas estratégias e práticas docentes, é importante que as IES, os gestores e os professores estejam dispostos às mudanças relativas aos seus pensamentos e práticas docentes, principalmente quando se tratar de disciplinas voltadas à tecnologia da informação.

O apoio da IES, por intermédio da Coordenação Auxiliar do Campus Tatuapé foi de primordial importância na execução deste projeto. Concebido inicialmente como atividade bimestral, passou a ser visto pela IES como um projeto piloto. Os resultados positivos culminaram em converter a atividade bimestral em Atividade Prática Supervisionada a ser incorporada na grade curricular do curso de Propaganda e Marketing da Universidade Paulista (UNIP), por solicitação do Coordenador Geral do referido curso.

REFERÊNCIAS:

- AMA. (2013). *About AMA*. Retrieved 2013 July from American Marketing Association – Marketing: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> - acesso em 14/06/2016.
- AMARAL, Sérgio F.; SILVA, Dirceu; RABELO, Dóris F.; GARCIA, Marta F. *Novas competências docentes frente às tecnologias digitais interativas*. Rev. Teoria e Prática da Educação, v. 14, n. 1, p. 79-87, jan./abr. 2011.
- CASTANHO, Sérgio; CASTANHO, Maria Eugênia et al. *Temas e textos em metodologia do ensino superior*. 2ª Ed. Campinas: Papyrus Editora, 2002.
- GABRIEL, Martha. *Marketing na Era digital*. São Paulo: Novatec Editora, 2010.
- GALHARDI, Antonio Cesar; BRETERNITZ, Vivaldo Jose. *Tecnologia da informação e comunicação na prática: uma arte para evoluir e inovar*. Jundiaí: Editora In House, 2011.
- GENGNAGEL, Claudionei Lucimar. *Apropriação das redes sociais no ensino superior: Possibilidades, perspectivas e desafios para sala de aula*. 1º Seminário

Tendências, Expectativas e Possibilidades no Cenário Contemporâneo em Educação Profissional e Sistemas Produtivos.

- Nacional de Inclusão Digital. Tecnologias e metodologias de inclusão digital. Anais do SENID. Passo Fundo, 16 a 18 de abril de 2012.
- LIBANEO, José Carlos. *Adeus professor, adeus professora? : novas exigências educacionais e profissão docente*. 5ª Ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- LIMEIRA, Tania M. Vidigal. *E-Marketing*. 2ª edição. São Paulo, 2009.
- MEIRIEU, Philippe. *Carta a um jovem professor*. São Paulo: Artmed Editora, 2005.
- MEIS, Leopoldo. *Ciência, educação e o conflito humano-tecnológico*. 3ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2002.
- MEISTER, Jeane C.; WILLIERD, Karie. *O Ambiente de Trabalho de 2020: como as empresas inovadoras atraem, desenvolvem e mantêm os funcionários do futuro nos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.
- PERRENOUD, Philippe. *Ensinar: agir na urgência, decidir na incerteza*. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.
- PERRENOUD, Philippe; THURLER, Monica Gather et al. *As competências para ensinar no século XXI: a formação dos professores e o desafio da avaliação*. São Paulo: Artmed Editora, 2002.
- SAFKO, Lon; BRAKE, David K. *A Bíblia da Mídia Social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios*. Editora Blucher: São Paulo, 2010.
- SBGC. (2012). Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento: <http://www.sbgc.org.br/sbgc/blog/afinal-que-e-uma-comunidade-pratica> - acesso em 01/07/2016.
- SANTOMÉ, Jurjo Torres. *Currículo escolar e justiça social: O cavalo de Tróia da educação*. Porto Alegre: Penso Editora Ltda, 2013.
- TARDIF, Maurice. *Saberes docentes e formação profissional*. 17ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- TORRES, Cláudio. *A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. São Paulo: Novatec Editora, 2009.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Métodos de pesquisa em administração* – 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- WENGER, Etienne; McDERMOT, Richard; SNYDER, William M. *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*. Boston: Harvard Business School Publishing, 2002.
- ZABALZA, Miguel A. *O ensino universitário: seu cenário e seus protagonistas*. Porto Alegre: Artmed Editora, 2004.
- ZANONA, Roberta Castaldoni. *Educar por competências na formação profissional*. Coleção Fundamentos e Práticas em Educação Profissional e Tecnológica; v.8). São Paulo: Centro Paula Souza, 2015.