

4CCHSADCSAMT06

MONITORIA E MARKETING: UMA PARCERIA QUE DAR CERTO.

Tâmara Monique Alves Gomes⁽¹⁾, Andréa de Melo Pereira⁽²⁾,
José Mancinelli Lêdo do Nascimento⁽³⁾.

Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias/Departamento de Ciências Sociais
Aplicadas/MONITORIA

RESUMO

Marketing é o processo de entender e atender o mercado. O atual cenário econômico exige que as instituições de ensino desenvolvam uma cultura de ensino voltada para vendas, fazendo com que profissionais de todas as áreas contribuam para aumentar o número de alunos, bem como o maior interesse destes nas aulas e pela Instituição como um todo. Nesse âmbito ver-se o monitor como peça fundamental do processo, porque o mesmo representa o elo de ligação entre alunos e professores e vice-versa. O principal objetivo desse estudo está baseado na importância do monitor no processo de ensino-aprendizagem e tenta mostrar como seu empenho e dedicação influencia no desenvolvimento de novas técnicas e métodos de ensino, melhorando o nível de satisfação dos discentes. As informações contidas neste artigo são oriundas de pesquisas bibliográficas e de pesquisas descritivas com abordagem qualitativa realizada através de entrevista pessoal com perguntas abertas, na tentativa de elencar opiniões e possíveis sugestões dos alunos ingressos e egressos nas disciplinas Administração de Marketing I, Administração de Marketing II e Administração de Arquiteturas Organizacionais, ambas do curso de Administração no Campus III em Bananeiras (PB), as opiniões e sugestões dos alunos foram transformadas em informações contidas em relatório entregue ao professor orientador e este a partir delas adaptou suas aulas às necessidades de seus principais consumidores, tornando-as mais atrativas, produtivas e estimulantes. A consequência ou resultado deste projeto está sendo observado no melhor desempenho dos alunos, no entusiasmo com que os mesmos participam das aulas e na constante implementação destas, pois à medida em que novidades vão surgindo, surge com elas a necessidade de mudanças e adaptação. Manter-se constantemente em contato com o público-alvo da disciplina em que atua, possibilita ao monitor assegurar a satisfação dos alunos, ao mesmo tempo em que detecta e avalia constantemente novas oportunidades, como o melhor modo de explorar-se um tema específico em sala. O monitor na verdade, além de participar do processo de ensino-aprendizagem, assessorando professor e alunos, tornou-se também um indispensável instrumento de marketing na Instituição, pois o mesmo analisa seu público-alvo e auxilia o seu orientador na determinação das necessidades, desejos e interesses dos clientes das disciplinas, transformando essas necessidades em serviços oferecidos, preservando dessa maneira, seu aluno, mantendo-o na disciplina e na Instituição, objetivo do Projeto de Monitoria. Alunos satisfeitos produzirão mais e melhor, elevando o nível de qualidade da UFPB, tornando-a mais competitiva e atrativa para atuais e futuros ingressos.

Palavras-chave: Monitor, Marketing, Público-alvo.

¹⁾ Bolsista, ⁽²⁾ Voluntário/colaborador, ⁽³⁾ Orientador/Coordenador ⁽⁴⁾ Prof. colaborador, ⁽⁵⁾ Técnico colaborador.