**PLANO DE AULA 04.02 – IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA SEUS NEGÓCIOS**

**Apostila 04 – Marketing Digital e Data Science**

Disponível no link <http://trampotech.com.br/>

**TEMA**

Qual a importância do marketing para os negócios?

**OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

Professor, esta aula é estratégica para que os alunos apreendem de forma mais elaborada e sistemática a importância do marketing para o seu projeto ou negócio. Certamente a grande maioria dos alunos já possuem uma visão intuitiva dessa importância. O segredo aqui está em trabalhar este entendimento inicial e intuitivo de forma a transformá-lo ou dar orientações no sentido de um conhecimento mais sistemático e explícito.

Importantíssimo que os alunos apreendem o conceito e conheçam o básico da ferramenta plano de marketing!

Destaque e debate junto a eles uma definição sucinta de plano de marketing como a que segue:

Um plano de marketing é um documento que formula um plano para comercializar produtos e/ou serviços. Esse plano estabelece objetivos de marketing da empresa sugerindo estratégias para alcançar esses objetivos. O processo de planejamento é um processo frequente.

Outra abordagem indispensável de ser apresentada aos alunos é o método CANVAS (vídeo indicado abaixo).

**PROBLEMA-SOLUÇÃO OU DESAFIO (PBL)**

O desafio principal para esta aula é que ações e campanhas de marketing digital podem ser pensadas e elaboradas para o projeto para o projeto do aluno?

Resgate, assim, rapidamente, com os alunos quais são seus problemas-solução ou desafios estabelecidos no início do curso.

A partir destes desafios e de sua problematização, indique e introduza os conceitos desta aula. O conteúdo desta aula “funciona” muito bem se examinado a partir da experiência dos alunos e de seus projetos. Ele permite mostrar que hoje o conhecimento não passa apenas pela escola e, sim, também, pela experiência prática de cada um.

Desafio: Que ações e campanhas de marketing digital podem ser pensadas e elaboradas para o seu projeto?

**METODOLOGIA / DINÂMICA**

Professor, peça aos alunos para retomarem os seus projetos iniciais (ou soluções-problemas) e que, em equipe, eles se consigam sinalizar e mapear os dados mais relevantes.

1. Comente a importância do marketing aplicado ao empreendedorismo.

2. Questão desafio para os alunos: como descobrir o que tem valor para o cliente?

3. De que forma essa informação pode ser útil para as empresas?

4. Comente e introduza brevemente o método Canvas.

5. O que é um plano de marketing e quais são seus objetivos?

7. Destaque a importância de conhecer o mercado no qual a empresa está inserida.

Professor, em uma aula como esta, você poderá transformar perguntas feitas de forma precária em questões pertinentes.

Sugira aos alunos também conhecer uma empresa real, ONG ou entidade que precisa ou que use o marketing e que passou por desafios semelhantes aos apresentados em aula.

**RECURSOS**

Providencie uma conexão de internet junto à escola.

Caso isso não venha a ser possível, repasse com antecedência o link dos vídeos para que os alunos possam assisti-los em casa ou em uma lan house, por exemplo.

Para o dia da aula, caso falhe ou não tenha conexão à internet, peça aos alunos que tenham acesso por meio de celular que assista os vídeos com os colegas.

**AVALIAÇÃO**

Junto com os alunos, reveja quais são os pontos chaves que eles conseguiram apresentar (lembre que esta é uma aula onde os alunos terão, provavelmente, experiências a relatar.)

Repasse com os alunos os pontos básicos como plano de marketing, Canvas e examine, sempre com eles, se obtiveram sucesso ao relacionar com seus projetos básicos com o marketing, o Canvas e o Plano de Marketing.

Destaquemos que a avaliação é fundamental na construção do aprendizado do aluno. Mais do que dar notas, como atribuir um número ou um conceito (bom, razoável, ruim, por exemplo) ao seu desempenho ou ao da equipe, o que importa é examinar, junto com eles e numa postura de diálogo qual foi o conhecimento assimilado e o aprendizado.

Tenha em mente que esta abordagem implica avaliar CONHECIMENTO, HABILIDADES E ATITUDES (CHA).

O conhecimento em si é a avaliação mais comum e tradicional. Mas é importante saber se este conhecimento formal está se traduzindo em habilidades reais dos alunos no domínio dos conceitos e das ferramentas. E, além disso, em atitudes concretas e construtivas de aprendizado.

Com a abordagem apropriada, esta avaliação poderá ser feita de forma breve.

Faça ao final da aula, uma avaliação (cerca de 7 minutos, por exemplo) entre equipes para saber se conseguiram dominar os conceitos e as ferramentas básicas de marketing.

Procure fazer isso a partir dos DESAFIOS DEFINIDOS ou situações-problema a enfrentar.

Tenha presente que o elemento principal e direcionador das atividades avaliativas do CHA é o problema: o conhecimento adquirido, a capacidade real e a postura para bem resolvê-lo.

Se o desafio é o problema, então a régua ou a métrica será a capacidade de resolvê-lo.

São três os principais instrumentos de avaliação mais utilizados:

(1) SOCIALIZAÇÃO DOS RESULTADOS

(2) RELATÓRIO TÉCNICO: “texto escrito estruturado que contempla o passo a passo do desenvolvimento do problema e a proposta de solução do problema.”, FREZATTI et ali (2018)

(3) OBSERVAÇÃO DOCENTE.

Dado o tempo exíguo de aula, entenda que o relatório técnico de produção será feito de forma primordialmente oral pelos alunos e equipes.

Procure perceber e “medir” o quanto os alunos apreenderam uma noção básica dos conceitos expostos.

Além da compreensão básica, o importante é perceber se eles captaram e estão sensíveis à necessidade de dominar estes conceitos básicos ao longo do curso.

Retorne aos objetivos de aprendizagem definidos no início deste plano de aula para conferir se foram realizados. Caso não tenha alcançado tais objetivos, procure enfrentá-los nas próximas aulas de forma concentrada (se houver tempo hábil) ou distribuída.

Caso estes objetivos tenham sido alcançados, então esta aula terá sido um sucesso!

**CRONOGRAMA**

Tempo total de aula: 45 minutos

Abertura e aquecimento: 5 minutos

Desenvolvimento e dinâmicas: 30 minutos

Avaliação e fechamento: 10 minutos

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ESPECÍFICAS**

Apostila 04 – Marketing Digital e Data Science

Capítulo 3 - A importância do Marketing para o empreendedorismo, págs. 30 em diante.

Disponível no link <http://trampotech.com.br/>

Canvas, resumo sobre a abordagem em PDF (5 páginas):

<http://sites.poli.usp.br/p/paulo.kaminski/INTRODU%C3%87%C3%83O%20AO%20BUSINESS%20MODEL%20CANVAS.pdf>

As 6 fases do Plano de Marketing: a forma mais simples de colocar sua estratégia em prática (e atingir seus objetivos). Link: https://viverdeblog.com/plano-de-marketing/

Vídeo no YouTube: Introdução ao Project Model Canvas, por Italydata Technology https://www.youtube.com/watch?v=sfHTsGYk7DQ