Encontro de Saberes 2015 - XXIII Seminário de Iniciação Científica

A aplicabilidade do marketing no planejamento anual do Pet de Biblioteconomia – Análise do ambiente e do público alvo para contextualização das atividades propostas.

Taynara Almeida de Oliveira (Autor), Ana Carolina dos Santos Nascimento (Autor), Rosângela Formentini Caldas (Orientador)

Instituição de Ensino - Universidade Estadual Paulista

Palavras Chaves:

Marketing, Programa de Educação Tutorial (Pet), Ciência da Informação.

Resumo:

Entende-se que a falta de pesquisas sobre o ambiente de marketing no contexto dos projetos acadêmicos, ocasiona desinteresse e desconhecimento dos alunos nas atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária. Assim, o Programa de Educação Tutorial (PET) de Biblioteconomia, analisou a utilização do marketing no planejamento anual do grupo no âmbito da Faculdade de Filosofia e Ciências da UNESP entre os anos de 2013 e 2015. O foco do estudo levantou as atividades propostas pelo PET, seu público-alvo e como foram realizadas as promoções das mesmas. Observou-se a importância de direcionar os recursos existentes e definir o eixo de atuação. A metodologia de trabalho utilizou-se da abordagem qualitativa de natureza exploratória e explicativa, pois por meio da análise do ambiente de atuação do grupo PET, foram buscadas explicações acerca das necessidades informacionais dos alunos as quais poderiam ser transformadas em atividades acadêmicas. O método utilizado no estudo de caso foi a pesquisa documental. Realizaram-se entrevistas com o público alvo, a respeito de seus interesses acadêmicos e que poderiam ser supridos pelo grupo PET para posteriormente ser implementado no planejamento anual de atividades. Em um segundo momento, utilizou-se da observação de participação da comunidade nas atividades desenvolvidas a fim de se obter um diagnóstico situacional. A visibilidade de estudos desta natureza, compactua a existência do grupo pois fomenta a formação de profissionais dotados de elevados padrões éticos e científicos. As ações desenvolvidas buscam formar pessoas com uma atuação social responsável, autônoma, cidadã, inclusiva e compartilhada. O marketing evidencia a credibilidade dos processos de trabalhos oferecidos, visando contribuir com o crescimento e disseminação da atuação do PET. Ressalta-se que a junção do marketing ao planejamento, traz benefícios para o desempenho das atividades, ao mesmo tempo em que promove o grupo perante a comunidade acadêmica.

Publicado em:

- Evento:Encontro de Saberes 2015
- Área:CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
- Subárea:ARQUIVOLOGIA