

PRÁTICAS DE CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Bianca Mulling Hammes¹, Bruna Eduarda Bett¹, Guilherme Franco Roiek Leal¹, Matheus de Almeida Boava¹, Rafaela Giovana Preis¹, Márcia Alves Chaves², Edirce Ana Vogt³

1. Acadêmico(a) do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade Educacional de Medianeira – UDC Medianeira.

2. Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade Educacional de Medianeira – UDC Medianeira.

3. Orientadora e Professora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade Educacional de Medianeira – UDC Medianeira.(edirce.vogt@udc.edu.br)

INTRODUÇÃO

As mídias sociais estão sendo cada vez mais utilizadas pelas empresas a fim de atrair e manter clientes. Observa-se uma elevada demanda de publicidade nos canais digitais, o que tem proporcionado maior visibilidade para marcas e um novo direcionamento no mercado de vendas online. Nesse sentido, é importante que os acadêmicos entendam o processo de criação de conteúdo a serem vinculados nas redes sociais expressando sua criatividade e inovação. Assim, objetivou-se estudar e aprender de forma prática o uso de novas tecnologias e mídias sociais nos processos de venda, marketing e gestão, sendo estas informações acessíveis e permitindo ampliar as possibilidades de ações dos empresários, gerando uma evolução estratégica e ampliação do campo de atuação no mercado.

MATERIAL E MÉTODOS

Inicialmente foi apresentado o Projeto de Extensão para a turma do primeiro período do Curso de Gestão Comercial, através da Disciplina Extensionista de Prática de Criatividade e Inovação. De forma teórica foram trabalhados assuntos sobre os processos de criatividade e inovação nas empresas e a influencia das mesmas nos processos de gestão. Durante as aulas, os envolvidos aplicaram testes de criatividade sob a ótica de atrair clientes e tornar a empresa mais inovadora, além de compreender as tendências tecnológicas e digitais.

RESULTADOS

Os acadêmicos produziram vídeos no formato *reels* para o Instagram, com dicas de vendas, marketing, atendimento ao cliente para compartilhamento em seus perfis e no perfil do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial para atingir o público em geral.

CONCLUSÕES

Através do projeto foi possível oportunizar aos acadêmicos a utilização de novas tecnologias e meios de divulgação através das mídias sócias na prática, o que ocasionalmente, possibilita melhorias práticas no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Ana. Intuição e criatividade na tomada de decisões [livro eletrônico]/Ana Abrantes, Stela Maris Sanmartin; com a colaboração de David de Prado. --São Paulo: Trevisan Editora, 2017. 25Mb; e-PUB.

ARAÚJO, Leonardo. Empresas proativas 4.0: Estratégias para vender na era digital. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.