



MARKETING DIGITAL NA EDUCAÇÃO FÍSICA: UMA EXPERIÊNCIA DO COMPONENTE CURRICULAR DE ATIVIDADES DE ACADEMIA: TREINAMENTO PERSONALIZADO

Pesquisador(es): ANTONIO, Dayanne Sampaio; LAUX, Rafael Cunha.

Curso: Educação Física

Área: Ciências da Vida e Saúde

Resumo: O marketing necessita ser mais eficiente a cada dia. Por esse motivo, o novo marketing, ou marketing digital, está intimamente ligado as mídias sociais e vinculada a capacidade de atingir indivíduos. Em vista disso, que o Componente Curricular Treinamento Personalizado apresenta em sua ementa o tópico de captação de clientes e estratégias de marketing. Nessa perspectiva que se propôs o trabalho de criação de uma "empresa de personal" na rede social que melhor atingiria o respectivo público-alvo. Para isso, a turma foi dividida em seis grupos de até seis pessoas, no qual com a base na aula de Marketing e Educação Física, deveriam desenvolver uma empresa em todos os seus elementos e administrá-la nas redes sociais por cerca de 3 meses. Os seis grupos realizaram o trabalho e dele foram criadas empresas com o foco em: i) equipes multidisciplinares, ii) saúde e bem-estar, iii) treinamento para mulheres, iv) treinamento para gestantes, v) treinamento para crianças, e vi) preparação física de alta performance para lutadores. Em função, da pandemia do coronavírus, o professor do componente alterou a forma de apresentação e entrega do trabalho de presencial. O novo formato foi por meio da gravação de um vídeo no estilo de "venda de mercadorias" no qual os discentes realizaram a exposição dos resultados obtidos. Verificou-se que todos os grupos mencionaram que experiência foi essencial para a formação profissional deles, proporcionando conhecimento e ferramentas de edição e prospecção de clientes.

Palavras-chave: Marketing. Redes Sociais. Treinamento Personalizado.

E-mails: dayanne.sampaio@unoesc.edu.br; rafael.laux@unoesc.edu.br