AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESCOLA “MAIS EDUCAÇÃO”

AUTOR: ANA PAULA VENTURIN

Este estudo reflexivo tem como objetivo verificar e propor um plano de ação para a Escola “Mais Educação”, com o intuito do diretor superar os desafios atuais e dispor a escola para o crescimento futuro. A Escola “Mais Educação”, pode usar diversas estratégias, principalmente a acessibilidade e a tecnologia, a fim de aumentar o engajamento e fortalecer a presença de seus cursos no cenário local, sem empregar grande investimentos. É importante destacar que a Base Nacional Comum Curricular – BNCC (2017) possibilita adaptação de currículos para atender e incluir às necessidades de todos. Neste sentido através de um planejamento se observa a estratégia de captação de alunos, definição de modelo do aluno de cada curso, metas, políticas de promoção e com este se analisa a concorrência.

Segundo Ambrósio, (2002, p.4), "Marketing é o conjunto de técnicas voltadas para maximizar a felicidade das pessoas por meio da satisfação das necessidades e desejos, otimizando o retorno para organização". Sendo assim pode-se dizer que marketing é uma estratégia empresarial a qual envolve todo plano de uma empresa, ou seja, a pesquisa de marketing contribui para conhecer melhor seu cliente. A estratégia do Marketing aplicado na Escola “Mais Educação” atenderia o desafio enfrentado no engajamento dos alunos gerando melhoria na imagem e na marca da escola.

O investimento em formação para professores e disponibilização de recursos adequados favorece a atualização constante dos conteúdos da escola, além de elaborar projetos para fortalecer o atendimento às pessoas com deficiência, transtornos globais do

desenvolvimento e altas habilidades, isso dá aos profissionais possibilidades de atuar mais estrategicamente e enfrentar melhor os desafios do mercado.

Promover a diversificação de oferta na escola através da elaboração de um planejamento, com o proposito de conhecer o público que está inserido, considerando suas necessidades e expectativas, identificando quais são os cursos com mais inscritos, tudo isso resulta em uma estratégia de ampliar a qualidade do ensino que está sendo oferecido. Outro fator importante está em desenvolver e formar os professores e funcionários para criar softwares mais inovadores e personalizados.

Os componentes essenciais de uma estratégia eficaz adotadas pela Escola “Mais Educação” necessariamente precisam conter objetivos claros, planejamento, comunicação, respostas às novas tendências, análises, marketing, propagandas, para que a gestão possa avaliar, definir metas e quais os melhores investimentos a serem feitos, diminuindo os desafios e transformando as estratégias em oportunidades.

REFERÊNCIAS

AMBROSIO, V.; SIQUEIRA, R. Plano de Marketing: passo a passo: serviços. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2002.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica. Base Nacional Comum Curricular. Brasília: MEC, SEB, 2017.