

Principais Resultados de Aplicação do PBL (Problem Based Learning)

Professor(a): Lilian Pacchioni Pereira de Sousa.

IES: Unisalesiano (Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Araçatuba/SP).



UniSALESIANO

Disciplina: Pesquisa mercadológica
Curso: Publicidade e Propaganda
Número de alunos envolvidos: 16 alunos.
Nível dos alunos: 6º período.
Principal inovação implementada: PBL (Problem Based Learning).

MÉTODOS PRINCIPAIS:

Foco no problema e envolvimento os alunos com relevantes problemas do mundo real. Um deles era a falta de informações mercadológicas sobre Araçatuba e região que pudessem contribuir para o desenvolvimento regional.

Objetivos gerais

A intenção era que o aluno tivesse clareza na percepção real do problema e propusesse a solução e exercitasse o interesse pela pesquisa, pela busca de informação.

O método novo objetivava uma considerável performance no quesito CRIATIVIDADE e HABILIDADES DE COMUNICAÇÃO.

Objetivos específicos

Diante de um problema real e genérico, o objetivo foi perceber qual a melhor forma para resolvê-lo. Após a apresentação de conceitos primordiais da disciplina, o aluno deveria complementar o estudo com mais referenciais.

A intenção era que eles tivessem criatividade na solução de problemas, se comunicassem bem entre os grupos e com o professor e apresentassem o projeto de forma clara.

INFORMAÇÕES PARA CONTATO:

E-mail: lipacchioni@gmail.com



ETAPA 1 - Apresentação, pelo método tradicional de ensino, de conceitos básicos sobre a disciplina e a bibliografia.

A importância da pesquisa de mercado para as profissões ligadas à comunicação e ao marketing;

Avaliação da etapa 1: como complementos aos conceitos primordiais passado pelo professor, os alunos pesquisaram mais informações relacionadas ao conteúdo programático da disciplina e foram avaliados conforme a fonte de pesquisa.

ETAPA 2 - Foram apresentados os problemas aos grupos e cada um teve que apresentar um projeto de pesquisa de mercado que melhor buscasse as informações. Os problemas estavam envolvidos em contexto do mundo real. As soluções buscariam o desenvolvimento regional.

ETAPA 3 - Apresentação oral dos projetos de pesquisa.

PRÓXIMOS PASSOS:

Compartilhar a experiência com outros docentes e coordenadores.

Aplicar as novas metodologias em parceria com outras disciplinas.

RESULTADOS

As propostas de como pesquisar o mercado foram feitas com base nas pesquisas bibliográficas. Elaboraram um projeto de pesquisa de mercado para buscar, de forma eficiente, as informações que pudessem viabilizar negócios na região onde moram. No projeto os alunos definiram o tipo de pesquisa que seria mais eficiente e foram criativos no levantamento de hipóteses e definição de métodos de análise e coleta de dados.

Comparada ao ano anterior, (2013), a média das notas dos alunos da disciplina subiram de 7.0 para 9.0.

REPERCUSSÃO

Aplicação do método em um outro trabalho: a cada dois anos é realizada uma pesquisa para saber as lojas do comércio mais lembradas em Araçatuba (pesquisa *top of mind*). Como já havia sido trabalhado o método novo com esta turma, nunca um trabalho *top of mind* foi tão bem elaborado como neste semestre. Percebeu-se, um forte envolvimento dos alunos, uma participação efetiva dos integrantes dos grupos no desenvolvimento dos projetos.

RECURSOS E REFERÊNCIAS:

Datashow e materiais disponibilizados pela biblioteca da faculdade, material do professor e pesquisas externas.