

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



O IMPACTO MERCADOLÓGICO DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NOS CURSOS PRESENCIAIS: ESTUDO DE CASO NA UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA, CAMPUS XANXERÊ SC

Pesquisador(es): VELOSO, Sabrina; FESTA, Sandra de Mello; SILVEIRA, Plínio Antônio.

Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), Curso de Administração

Área: Área das Ciências Sociais.

Introdução: O mundo em que vivemos passa por um processo de mudanças tecnológicas, sociais, culturais e novas metodologias de ensino têm sido buscadas para se adaptar às mudanças. Nesse novo cenário, surge a educação a distância, com a proposta para otimizar o tempo, democratizar o ensino superior e oferecer melhores condições aos alunos. Este estudo abordou a influência da modalidade a distância no ensino presencial, estudando especificamente essa mudança na Unoesc, buscando compreender como ela se posicionou frente às novas metodologias, e o processo de implantação de estratégias mercadológicas para enfrentar as mudanças com a evolução do ensino EaD. **Objetivo:** Este estudo tem por objetivo analisar a influência do método de ensino a distância nas estratégias mercadológicas na universidade do Oeste de Santa Catarina. **Método:** A pesquisa é um estudo de caso, com base no método qualitativo, buscando responder às questões de forma objetiva a fim de facilitar a tomada de decisão. Foram aplicadas duas entrevistas nos setores de marketing e educação a distância da Unoesc, o roteiro foi elaborado de acordo com análise extraída do referencial teórico, com perguntas que pudessem esclarecer pontos sobre a mudança e o posicionamento da Unoesc na educação a distância. **Resultados:** Os resultados mostraram que a combinação de educação e tecnologia são fundamentais para atender o mercado, permitindo flexibilidade e novas metodologias de ensino, mas também trouxe alguns desafios, como a quebra de paradigmas e a adaptação ao novo sistema de ensino

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



por professores e acadêmicos. Com o resultado, identifica-se que as mudanças estão apenas no início e que o mercado exige cada vez mais ajustes rápidos no uso da tecnologia e meios alternativos de ensino. Ainda, nota-se uma ascensão do ensino a distância, influenciando nas estratégias da universidade. **Conclusão:** Este artigo buscou analisar a influência do método de ensino a distância nas estratégias mercadológicas na universidade do Oeste de Santa Catarina. Os objetivos da pesquisa foram atendidos, pois conseguiu-se mensurar de forma clara os números que mostram a ascensão do ensino a distância, e também as estratégias traçadas para se moldar ao mercado. A partir dos resultados entende-se que o objetivo da UNOESC é acompanhar as atualizações de mercado dando ênfase ao estudo presencial e ofertando cursos em modalidade a distância para o público que prefere essa maneira de ensino. Para o marketing é importante estar atento as demandas do mercado em que se encontra inserido e desenvolver estratégias de alcance de seus objetivos e para o setor EaD, sendo necessário ofertar estudo de qualidade possibilitando a flexibilização de horários para quem busca educação na modalidade EaD. Pereira, (1997, p. 76) destaca que “Saber mudar é essencial para crescer e garantir o sucesso”, nos resultados da pesquisa ficou evidente que a universidade moldou-se de forma assertiva e obteve os resultados almejados.

Palavras-chave: Educação. Ensino a distância. Tecnologia.

E-mails: sabri_veloso@hotmail.com.br;

sandramelo2012@hotmail.com.br.