

Anais



Tema:

**Gestão e Aprendizagem em
Processo de Humanização**

27, 28 e 29 de outubro

I Congresso Multidisciplinar BSSP (1.: 2021: Goiânia, GO)

Anais I congresso multidisciplinar BSSP [livro eletrônico] : gestão e aprendizagem em processo de humanização / organização Gláucia Yoshida. -- 1. ed. -- Goiânia, GO : Centro Educacional BSSP, 2021.

PDF

Vários colaboradores.

ISBN 978-65-994258-0-6

1. Aprendizagem - Metodologia 2. Congressos 3. Educação 4. Gestão educacional 5. Humanização I. Yoshida, Gláucia.

21-59862

CDD-370

Índices para catálogo sistemático:

1. Educação 370

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

CENTRO EDUCACIONAL BSSP

DIRETORIAS

Diretor de Relacionamento

Edgar Madruga

Diretor Financeiro

Fábio Almeida

Diretor de Marketing

Fábio Rodrigues

Diretor Educacional

Leonardo Rodrigues Morais

Diretor Comercial

Veríssimo Costa

Gestão Educacional e Coordenação Pedagógica

Graduação

Gláucia Yoshida

Bibliotecária

Jumana Morabi

Revisão Gramatical

Marlon Cassio Santos

Diagramação e Capa

Nauália Teixeira

EDITORIAL

Os **Anais do I Congresso Multidisciplinar BSSP**, apresenta uma coletânea de produções do corpo docente e discente da graduação da Faculdade BSSP trazendo reflexões sobre o tema: **Gestão e Aprendizagem em Processo de Humanização**.

Os resultados apresentados foram desenvolvidos no segundo semestre de 2020 nas disciplinas de Práticas Pedagógicas do **Curso de Pedagogia** e Projetos Integradores do **Curso de Gestão de Recursos Humanos** e orientados pelos respectivos professores que compõem o corpo editorial desta obra.

O Congresso foi o espaço de apresentação, discussão e reflexões destas produções. Este foi o primeiro de uma série que acontecerá anualmente com o propósito de fortalecer a pesquisa, o ensino e a extensão nesta instituição.

Desejamos que as comunidades externa e interna possam usufruir dos conhecimentos aqui registrados.



Profª Drª Gláucia Yoshida

Gestora Educacional e Coordenadora Pedagógica da Graduação BSSP

Boa sorte com sabedoria e prosperidade a todos!

Seres humanos buscadores

Sonhadores em potencial

Plantem...semeiem.... espalhem o seu ideal!

Caminhantes... aprendizes da vida...

Equilibrando razão e sentir dia a dia

Navegando nas possibilidades... exercendo a empatia

Trabalhando o potencial de inteligência, sensibilidade e solidariedade

Relações humanas em sua integralidade

O que realmente queremos enquanto sociedade?

Educação que busque transformações... realçando aptidões

Desenvolvimento global... somos únicos, porém múltiplos em potencial

Um mundo melhor vem de seres confiantes, seguros; acolhidos e pertencentes **C**abe a cada um de nós olharmos para dentro e despertar seu ente.

A hora é agora... o momento é de transição... nasce um novo normal **C**omunicamos em ferramentas tecnológicas nossas emoções...

Isolamentos... distanciamentos... e tantas outras precauções...

Otimismo é buscar a nossa essência... e isto é a tendência...

Nunca se falou tanto em saudade, mas saudade de quem mesmo?

A educação humanizada faz o dia a dia virar pura poesia

Liberemos os nossos talentos ao mundo...e nos encontremos.

Bom seria acordar e ver tudo florido...todos e tudo lindo!

Se queremos um mundo diferente... sejamos o diferente!

Se eu faço a minha mudança... o meu redor também entra na dança.

Plantemos boa sorte com sabedoria e colheremos, de verdade, a prosperidade.

Assim é!

Daya Laryssa.

CORPO EDITORIAL

Prof. Esp. Gabriel Rodrigues

Administrador, Esp. Em Liderança e Gestão de Pessoas

Prof. Me. João Paulo Godoy

Pedagogo, Me em Educação

Profª Esp. Mariana Martins Mesquita

Pedagoga e Psicóloga, Esp. em Gestão de Instituição de Ensino

Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

Matemático, Esp. Em Master Coach

Profª Sthephane Godoi

Graduada em Artes Visuais, Esp. em Docência

COMISSÃO ORGANIZADORA

Prof. Gabriel Rodrigues

Prof. de Projetos Integradores I

Profª Gláucia Yoshida

Coordenadora Pedagógica

Prof. João Paulo Godoy

Prof. de Práticas Pedagógicas IV

Prof. Julio Rudgere

Prof. de Responsabilidade Social e Sustentabilidade

Profª Mariana Martins Mesquita

Prof. de Projetos Integradores II

Prof. Regis de Sousa Santos

Prof. de Práticas Pedagógicas VI

Profª Sthephane Godoi

Prof. de Práticas Pedagógicas e Estágio Supervisionado II

I CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR BSSP

Tema: Gestão e Aprendizagem em Processo de Humanização

Objetivos

Promover um debate sob o olhar de múltiplos saberes em relação aos processos de gestão e aprendizagens em cenários desafiadores.

Público

Acadêmicos e Professores da BSSP e da comunidade

Carga horária com certificações específicas

- ✓ Participação: 10h (Horas Complementares)
- ✓ Apresentação trabalhos científicos: 4h (Horas Complementares)

Período de Realização do Evento:

27 a 29 de outubro de 2020

Local de Realização:

Plataforma Zoom – a programação com respectivos links será enviada aos participantes inscritos

PROGRAMAÇÃO

Abertura Oficial
Evento Cultural

Gestão e Aprendizagem em Processo de Humanização

27/10 às 19h

1º CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR BSSP

Daya Laryssa
artista e poeta



Palestra

1º CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR BSSP

Dr. Omar Souki
palestrante

O otimismo no desenvolvimento de novas competências

27/10 às 19:15h

Inteligência Artificial e os processos de gestão e aprendizagem

Dr. Leandro Mattos
palestrante

27/10 às 20:15h



Evento Cultural
Voz e violão

28/10 às 19h

1º CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR BSSP

João Carneiro



Palestra

1º CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR BSSP

Drª Hellyda Di Oliveira
palestrante

O futuro da escola ou a escola do futuro?

28/10 às 19:15h

Neurociências das Emoções na Gestão Multidisciplinar

Me. Everton Moraes
palestrante

28/10 às 20:15h



Tema: Cenários de Aprendizagem

Moderadores: Profs. João Godoy e Lucas Morais

19h - Tema 1: Escola Janela: Uma Janela Para a Educação

Autoras: Ivanete Maia, Maria da Luz Nogueira; Regiane Silva; Thayne Pinto; Monica Mendanha; Vânia Silva

Orientador (a): João Paulo Godoy

19h10 - Tema 2: Escola Mirarte: Educando para o Futuro

Autoras: Daiane Santos; Jordana Xavier; Nathália Prado

Orientador(a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

19h20 - Tema 3: Aplicação da adição e subtração no 2º ano Fundamental

Autoras: Keila Moura, Maria de Lurdes Santos, Maria Nazareth Maia, Reilla Marques

Orientador(a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

19h30 - Tema 4: Grandezas e Medidas

Autoras: Ivanete Gomes Ciqueira Maia, Regiane Mabi da Conceição Arimatéia, Valdivina Mônica Martins Mendanha, Vânia Maria da Costa Tourinho e Silva

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

19h40 – 20h - Debate 1

20h Tema 5: Medidas de capacidade com ludicidade para 1º ano

Autoras: Gabryella Silva; Janailda Gomes; Josikelly Silva; Rhaylane Almeida

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

20h10 - Tema 6: O Tangram no 1º ano

Autoras: Abadia Rosa Gomes; Ana Paula Barbosa Duarte; Claudionice Esperança; Edna Torres

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

20h20 Tema 7: Formas Geométricas- 2º ano Ensino Fundamental I

Autoras: Maria da Luz Nogueira; Simone Andrade; Thayne Pinto

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

20h30 - Tema 8: Escola Cieja Campo Limpo: Escola da Inclusão e da Autonomia

Autoras: Abadia Gomes ; Josikelly Silva ; Karla Silva; Reilla Marques ; Rhaylane Almeida

Orientador (a): João Paulo Godoy

ESCOLA JANELA: UMA JANELA PARA A EDUCAÇÃO

Ivanete Gomes Ciqueira Maia
Maria da Luz de Carvalho dos Santos Pires Nogueira
Regiane Mabi da Conceição Arimateia Silva
Thayne Luiza de Oliveira Pinto
Valdivina Monica Martins Mendanha
Vânia Maria da Costa Tourinho e Silva¹
Orientador (a): João Paulo Godoy²

Resumo – Este resumo refere-se a uma investigação sobre a Escola Janela (Cavalcante-GO), espaço educativo inovador que tem se destacado na mídia por suas práticas pedagógicas diferenciadas. A questão investigadora é: quais relações podem ser estabelecidas entre a Escola Janela e a teoria de Paulo Freire? A metodologia empregada foi a bibliográfica (textos e vídeos sobre a escola e a teoria freireana), e entrevista com educadora do espaço. Dividiu-se os resultados em cinco categorias: fator coletivo, fator relação, metodologia, inclusão e alimentação. Acerca do fator coletivo, verificamos que a escola prioriza o debate e a decisão coletiva, envolvendo pais e professores, e também assembleias de educandos, o que se assemelha à proposta freireana de educação, democrática e dialógica. Sobre o fator relação, percebe-se a preocupação com a qualidade das relações estabelecidas dentro da escola, especialmente com a inserção do terapêutico na rotina e a resolução de conflitos de forma dialógica, também assemelhando-se à proposta freireana, que entendia a educação como uma proposta ética e relacional. Já em relação à metodologia de ensino, há o respeito à curiosidade do educando e a formulação de projetos coletivos, dentro da ideia de Freire de construção de conhecimento em comunhão, a partir de temas geradores. Sobre o fator inclusão, destacamos que, mesmo sendo particular, oferecem-se metade de suas vagas para alunos bolsistas. Por fim, sobre a alimentação, há preocupação com a qualidade nutricional dos lanches. Concluímos que há muitas relações possíveis de serem estabelecidas entre a escola estudada e os escritos de Paulo Freire.

Palavras chaves: Coletivo; Curiosidade; Respeito.

¹ Discentes do curso de graduação em Pedagogia da Faculdade BSSP.

² Docente do curso de graduação em Pedagogia da Faculdade BSSP.

ESCOLA MIRARTE: EDUCANDO PARA O FUTURO

Daiane Cecília Moura dos Santos;
Jordana Ferreira Xavier dos Santos;
Nathália Prado Costa Rende³
Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos⁴

Resumo – Este trabalho foi desenvolvido por alunas do 7º período, com a orientação do professor Regis de Sousa Santos, através da disciplina Práticas Pedagógicas 6, com o intuito de criarmos uma escola virtual ideal, pensando nas novas gerações, foi decidido por nós que o nome da escola será Mirarte, tendo como visão o futuro. Abrangendo as novas tecnologias disponíveis no mercado. Pensando nesse nome surgiu a ideia do slogan: “Educando para o futuro”, e assim chegamos ao desfecho de que essa escola traria uma concepção Montessoriana, aprofundando no desenvolvimento total do aluno. Após ser decidido o Slogan e o nome da nossa escola ideal, fizemos a escolha das cores da fachada da nossa escola: Verde Jade e laranja. Tendo em vista, a concepção pedagógica Montessoriana acreditamos que a missão de Preparar o aluno com novas tecnologias, visando o seu desenvolvimento cognitivo, ético e social para atuar com compromisso e responsabilidade. Com essa visão de escola ideal, podemos construir um modelo mais avançado de educação.

Palavras chaves: Desenvolvimento, Tecnologia e Educação

³ Discentes do curso de graduação em Pedagogia da Faculdade BSSP.

⁴ Docente do curso de graduação em Pedagogia da Faculdade BSSP

APLICAÇÃO DA ADIÇÃO E SUBTRAÇÃO NO 2º ANO FUNDAMENTAL

Keila Pontes de Freitas Moura,
Maria de Lurdes Dias Ferragem Dos Santos,
Maria Nazareth Regis Maia,
Reilla Aparecida Marques⁵
Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos⁶

Este trabalho consiste em aperfeiçoarmos o ensino e aprendizagem de matemática, mediando conhecimentos através do respeito, acolhida e escuta, tendo início em 22/09 de 2020, em que o professor Regis Sousa da disciplina Fundamentos e Metodologias da Matemática, nos passou uma atividade que consiste em relatório, roteiro e aula gravada de acordo com as normas da BNCC, para que possamos expandir os conhecimentos em matemática e ampliar os meios para os estudos via on line.

Começamos a elaborar nosso trabalho no dia 29/09 de 2020, fomos comprar os materiais de nossa aula e reunimos na casa de uma colega, onde fabricamos o painel juntas e planejamos o próximo encontro que ocorreu no dia 08/10 de 2020, no qual fizemos um mural de TNT e alguns cartazes para incentivar e motivar nossos futuros alunos aos estudos da matemática. No mesmo dia já enviamos o roteiro para o professor Regis Sousa para que o mesmo fizesse as devidas correções.

No dia 18/10/2020 iremos realizar a gravação de nossa aula que terá duração de 10 minutos e encaminharemos ao professor Regis Sousa para disponibilizar essas aulas via internet para que todos os alunos tenham acesso ao mundo encantado que é a matemática.

Palavras chaves: BNCC, Matemática, Conhecimento.

⁵ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

⁶ Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

GRANDEZAS E MEDIDAS

Ivanete Gomes Ciqueira Maia
Regiane Mabi da Conceição Arimatéia
Valdivina Mônica Martins Mendanha
Vânia Maria da Costa Tourinho e Silva⁷
Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos⁸

Resumo – Esse trabalho tem como objetivo explorar as formas de explicar sobre grandezas e medidas, dentro da matemática, de forma a estimular a percepção conceituada, o desenvolvimento do conhecimento matemático e realizar uma possível transformação, dentro do respeito da realidade de cada aluno, que compreende todos os níveis de aprendizado – de acordo com normas estabelecidas na BNCC. Com base nesses objetivos expostos, teve-se a ideia de realizar uma atividade utilizando a fita métrica para medir personagens da Turma da Mônica, estando com medida estipulada de 1 m (100 cm e 10 dm), explicando a comparação dos respectivos tamanhos e como se utiliza a fita métrica. Por fim, após essa atividade, irão ser feitas perguntas interativas que desenvolvam a compreensão acerca do descobrimento das grandezas e medidas.

Palavras chave: Grandezas, Medidas, Compreensão e Respeito.

⁷ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

⁸ Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

MEDIDAS DE CAPACIDADE COM LUDICIDADE PARA 1º ANO

Nome completo dos discentes: Gabryella Alves da Silva

Janaílda de Souza Gomes

Josikelly Viana de Viveiros Silva

Rhaylane Pereira de Almeida⁹

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos¹⁰

Resumo – Durante a produção dessa atividade, decidimos trabalhar com formas interativas de se ensinar matemática dentro do ambiente escolar. O objetivo da atividade foi levar para os educandos compreensão de medidas de capacidade, para isso utilizamos slime e copos de tamanhos diferentes. Através de questionamentos e demonstrações puderam vivenciar a diversidade de medidas de capacidade que existem à sua volta, essa vivência pode submergir o aluno ao mundo da fantasia, onde a teoria aliou-se à prática de forma lúdica. Discutiu-se então, se a quantidade de slime que estava armazenada no pote seria suficiente para preencher os copos que ali se encontravam, fazendo um rodízio entre os diferentes tamanhos, levantando o mesmo questionamento. Obtendo assim maior capacidade de visualização, onde pode assimilar a experiência vivida dentro da escola em ambientes cotidianos.

Palavras chaves: interativas-tamanhos-vivência

⁹ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

¹⁰ Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

O TANGRAM NO 1º ANO

Abadia Rosa Gomes/Ana Paula Barbosa Duarte/ Claudionice de Jesus Esperança /Edna Maria Rocha Rodrigues Torres¹
Orientador (a):Prof. Esp. Regis de Sousa Santos²

Foi escolhido o 1º ano e o componente curricular, a ideia de adição, utilizamos o tangram, um quebra-cabeça inventado pelos chineses. A partir do tangram pode-se criar várias formas e desenhos com sete peças, ele é formado por sete peças: um quadrado, dois triângulos isósceles retângulos grandes, um triângulo médio, triângulos pequenos e um paralelogramo, cada peça foi numerada do número um até o número sete, e a partir desses números e dessas formas os alunos jogaram e fizeram processos de adição. Pesquisamos na BNCC as habilidades recomendadas para esse ano e esse componente curricular e percebemos que com essa atividade simples, porém completa os alunos conseguiram reconhecer, compara e nomear as figuras geométricas que compõem o tangram, bem como, efetuar cálculos mentais com os números a qual, as peças foram nomeadas.

Palavras Chave: tangram, adição e cálculos mentais



Figura1. Tangran

¹ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

² Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

FORMAS GEOMÉTRICAS- 2º ANO ENSINO FUNDAMENTAL I

Maria da Luz de Carvalho dos Santos Pires Nogueira;
Simone Santana Alves Andrade;
Thayne Luiza de Oliveira Pinto¹¹
Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos¹²

Resumo – Este trabalho foi construído dentro da disciplina: Fundamentos e Práticas Metodológicas da Matemática, com o objetivo de elaborar uma aula em formato remoto cujo tema é formas geométricas para o 2º ano. Foi escolhida a pintura Amarelo-Vermelho-Azul do artista russo Wassily Kandinsky, na sua composição encontramos as figuras geométricas planas. Seguindo as diretrizes da BNCC, essa aula contempla as competências e habilidades dispostas no documento: reconhecer, comparar e nomear figuras planas (círculo, quadrado, retângulo e triângulo), por meio de características comuns em desenhos apresentados em diferentes disposições ou em sólidos geométricos. Para além disso, essa aula objetiva promover habilidades de concentração, coordenação motora, interdisciplinaridade e inteligência lógico-matemática.

Palavras chaves: BNCC, ensino fundamental, geometria.

¹¹ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

¹² Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

ESCOLA CIEJA CAMPO LIMPO: ESCOLA DA INCLUSÃO E DA AUTONOMIA

Abadia Rosa Gomes
Josikelly Viana De Viveiros Silva
Karla Horrana De Souza Silva
Reilla Aparecida Marques
Rhaylane Pereira De Almeida¹³
Orientador (a): João Paulo Godoy¹⁴

Resumo – Este trabalho investiga o espaço pedagógico do CIEJA Campo Limpo, escola localizada em São Paulo, na região do Capão Redondo. O objetivo deste trabalho foi investigar quais elementos nas práticas desta escola sinalizam a teoria freireana. A metodologia empregada na investigação foi bibliográfica, a partir de textos e vídeos produzidos acerca da referida escola. Dividiu-se os resultados em cinco categorias: inclusão, relação, trabalho coletivo, metodologia e formação/planejamento. Em relação à inclusão, o CIEJA acolhe excluídos da sociedade, pessoas com deficiência, jovens em liberdade assistida, pessoas em situação de rua, transexuais, o que se relaciona com a teoria de Freire, que propõe uma escola popular, inclusiva e aberta a todos. Sobre a categoria relação, destacam-se as relações marcadas pelo acolhimento, amorosidade e respeito e que recorrentemente aparecem nas falas dos alunos, o que tem a ver com a proposta pedagógica freireana da amorosidade e do querer bem aos educandos. Já em relação a categoria metodologia, a escola oferece uma proposta problematizadora, a partir de temas sugeridos pelos educandos e que guardam relação com os seus contextos de vida, exatamente como propõe Paulo Freire quando enfatiza a necessidade de partir de temas do cotidiano. Por fim, acerca da formação/planejamento, percebe-se a ênfase que a escola dá nos momentos de encontro coletivo entre os educadores, realizados toda sexta-feira, na esteira do que propõe Freire sobre a necessária reflexão sobre a prática. A conclusão é a de que o CIEJA Campo Limpo apresenta diversos elementos característicos da obra de Paulo Freire.

Palavras-chave: Autonomia; Educação de Jovens e Adultos; Inclusão.

¹³ Discentes do curso de graduação em Pedagogia da Faculdade BSSP.

¹⁴ Docente do curso de graduação em Pedagogia da Faculdade BSSP.

Tema: Gestão e Perspectivas

Moderador(a): Profs Gabriel Rodrigues e Daniel Vieira

19h - Tema 1: Marketing de Atendimento: Analisando o Marketing de Atendimento em uma Empresa de Eletrodomésticos e Eletrônicos em GYN

Autoras: Andréa Martins, João Paulo Peres, Simone José da Silva

Orientador (a): Profa Mariana Mesquita

19h10 - Tema 2: Geração Z no Mercado de Trabalho

Autor: Kenedy Monteiro Parreira

Orientador(a): Profa Mariana Mesquita

19h20 - Tema 3: A Importância da Responsabilidade Social nas Organizações I

Autores: Daniel Vieira; Janete Neves; Juliana Elias; Orlando Alencar; Simone José da Silva

Orientador (a): Prof. Esp. Gabriel Rodrigues

19h30 Tema 4: A Importância da Responsabilidade Social nas Organizações II

Autores: Andréa Soares; Carla Xavier; Kenedy Parreira; Nadya Oliveira; Telma da Silva

Orientador (a): Prof. Esp. Gabriel Rodrigues

19h40 – 20h - Debate 1

20h - Tema 5: Educação Financeira: Uma abordagem em sala de aula que possibilita aos estudantes adotarem hábitos de consumo consciente

Autoras: Daiane Cecilia, Francielma Arrais, Gabriella Regina, Keila Pontes

Orientador(a): Sthephane Godoi

20h10 - Tema 6: Componente Curricular Projeto Integrador: o que significa e qual é o objetivo

Autores: Juliana Jacob e Orlando de Sá

Orientador(a): Profa Mariana Mesquita

20h20 - Tema 7: Escola Geração Futura

Autoras: Francielma Aparecida Arrais e Gabriella Regina

Orientador(a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

20h30 – 21h - Debate 2

MARKETING DE ATENDIMENTO

ANALISANDO O MARKETING DE ATENDIMENTO EM UMA EMPRESA DE ELETRODOMÉSTICOS E ELETRÔNICOS EM GOIÂNIA

Andréa Martins, João Paulo Dórame Peres, Simone José da Silva

Introdução

A imagem de uma empresa perante aos seus clientes é um dos pontos que devem ser tratados com atenção por todos os níveis hierárquicos de uma organização.

Além disso, ao se falar da imagem de uma empresa, a preocupação e o zelo não se devem restringir apenas aos clientes, mas sim a todos que se relacionam com a empresa direta ou indiretamente.

Uma ferramenta utilizada pelas organizações para esta conquista é o marketing de relacionamento, pois se vislumbrou a necessidade de um marketing eficaz capaz de envolver a organização de forma agradável aos seus clientes.

Existem diversas formas de marketing de relacionamento, contudo verifica-se que o marketing de atendimento é referenciado por muitos autores como uma forma de marketing de relacionamento. Busca-se, então, analisar o marketing de relacionamento por meio da fidelização de clientes em uma empresa do ramo de eletrodomésticos e eletrônicos em Goiânia; identificando as principais estratégias de marketing de relacionamento utilizadas, resultados obtidos, verificar a eficiência e eficácia da estratégia utilizada na empresa em questão.

Diante das informações apresentadas pergunta-se: Qual a percepção dos consumidores em relação a estratégias de Marketing de relacionamento utilizados pela empresa?

Para melhor compreensão será realizado um estudo sobre o conceito de Marketing de relacionamento visando ressaltar a sua importância para o sucesso organizacional, no qual se observa que é por meio deste, que as organizações podem se projetar e lançar ações voltadas aos clientes. Fidelizando, buscando sempre que estes se tornem cada vez mais próximos de seus produtos e/ou serviços, de forma a utilizá-los e recomendá-los a inúmeras pessoas, pois indiretamente e imperceptivelmente, reconhecem o valor e o esforço a eles disponibilizados por aquela empresa, que a todo o momento se preocupa com seu bem-estar e atendem prontamente suas solicitações.

Serão analisadas, também, as estratégias do marketing de relacionamento; sendo que a criação do relacionamento é influenciada por diversos fatores que agregam valor ao que se é entregue ao cliente, devendo haver uma relação custo/ benefício favorável a ambas as partes. O ganho em eficiência certamente possui peso considerável tanto para o cliente como para a empresa.

Resultado

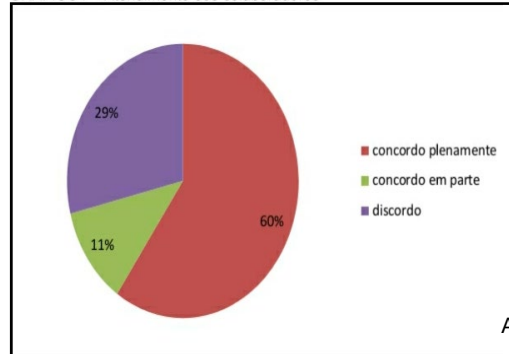
Os resultados obtidos possibilitaram entender que os clientes, de uma maneira geral, mostram-se satisfeitos com a empresa, pois os índices relacionados à qualidade do atendimento, analisados no gráfico 2, demonstra que 65% concordam que o atendimento dos colaboradores são bons e os produtos oferecidos, assim como os preços que estes são comercializados foram satisfatórios. De acordo com o gráfico 1, 65% concordam que os preços são satisfatórios.

No entanto, como sugere a literatura consultada, estes fatores não garantem a fidelização do cliente, nem tão pouco atribuem ao cliente uma total satisfação quanto ao marketing de relacionamento.

Foi possível observar que, em relação ao gráfico 2, uma parte significativa de 29% dos clientes discorda que os colaboradores atendam os mesmos pelo nome. Além disso, verifica-se que, no gráfico 7, 51% dos entrevistados discordaram da opinião do gerente de marketing, pois não recebem contatos que divulguem as promoções existentes na empresa; necessitando, assim, de melhorias, ou seja, reflete a necessidade de treinamento dos funcionários que precisam estar aptos a identificar as necessidades dos clientes para atendê-los pessoalmente, assim como adquirir estratégias para a correta abordagem destes.

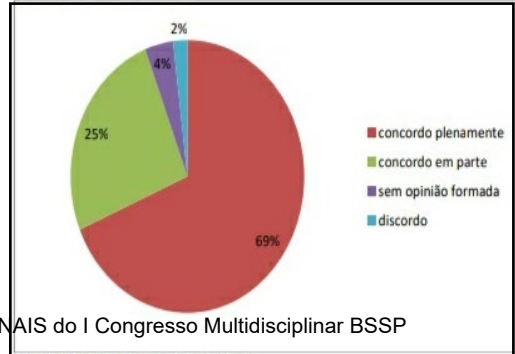
Esta necessidade se estende à empresa que precisa dar o suporte aos funcionários para que esta relação seja continuamente aperfeiçoada. A existência de um sistema informatizado que possibilite a eles obter maiores informações em relação aos clientes é muito relevante, uma vez que o banco de dados atualmente utilizado pela empresa, funciona, meramente como registro de débitos e informações básicas sobre os clientes; e pelo fato de haver a limitação de que somente os clientes que possuem crediário possuem o cadastro. Portanto, sugere-se que a empresa analise a possibilidade em adquirir um software de banco de dados, que proporcione o manuseio das informações para melhor atender aos clientes e que possibilite o cadastro de clientes que compram a vista e no cartão.

GRÁFICO 1 – Atendimento dos colaboradores



Fonte: (pesquisa de campo, 2015)

GRÁFICO 2 - Atendimento



ANAIIS do I Congresso Multidisciplinar BSSP

Fonte: (pesquisa de campo, 2015)

Conclusão

A realização deste artigo possibilitou perceber que a empresa não terá grandes barreiras em adotar as estratégias propostas no decorrer do estudo, atrelado ao fato de que os clientes se mostram satisfeitos em relação aos preços e aos produtos comercializados; e a relação entre empresa e clientes também mostrou resultados satisfatórios. Porém, a retenção dos clientes abrange mais do que estes fatores, pois como foi possível perceber, neste estudo, a satisfação dos clientes depende principalmente do relacionamento que é estabelecido ao longo do seu ciclo de compra. Sendo assim, considera-se que a necessidade de treinamento dos funcionários é muito relevante, uma vez que estes são as principais responsáveis pela satisfação dos clientes.

Dito isso, é essencial a fidelização é efetiva quando os clientes se sentem parte integrante da empresa, capazes de dialogar, sugerir melhorias e atribuir um alto valor à parceria. Pois, assim como no “casamento”, a fidelidade é a parte primordial dessa relação, com isto as empresas buscam essa conexão, não somente no momento da venda, mas também no pós-venda. Dessa forma, podemos ressaltar que além dessa estratégia, a empresa dever constituir o principal elo de comunicação, devendo ter um olhar, uma fala e audição mais apurada para identificar as características e a real necessidade do seu cliente, pois essa nova transformação digital é “Falar Menos” e “Sentir Mais” o seu prospect, de modo que quando ele “respirar” algo, já podemos sentir na sua essência o seu pedido ou a sua reclamação.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BARNES, James G. **Segredos da Gestão pelo Relacionamento com os Clientes CRM**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

CARDOSO, Mário Sérgio e FILHO, Cid Gonçalves. **CRM em ambiente e-business**. São Paulo: Editora Atlas S/A, 2001.

COBRA, M. **Marketing de Serviço Financeiro**. São Paulo: Cobra, 2000.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GRIFFIN, Jill. **Como conquistar e manter a fidelidade dos clientes**. São Paulo: Futura, 1998. KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao Marketing**. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC S/A, 2000.

Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo: Pearson, 2004.

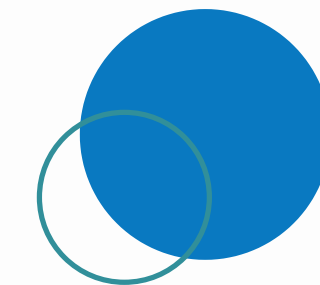
Princípios de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 18. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que nossos objetivos fossem alcançados, durante todos esses meses de estudos. A professora Mariana Mesquita, por ter sido nossa orientadora e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade. E a todos aqueles que contribuíram, de alguma forma, para a realização deste trabalho.

ISSN 1786-9942-06-06



Kenedy Monteiro Parreira

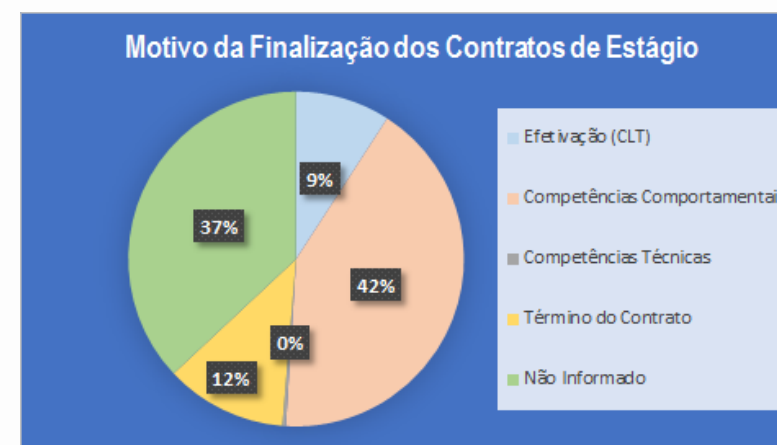
Apresentação

As empresas vem enfrentando um grande desafio, que é administrar a geração Z que estão ingressando no mercado de trabalho. Essa geração para Mayer (2017) não acredita em fazer uma só coisa para o resto da vida ou passar sua vida profissional inteira em uma só empresa. Segundo Gottardo (2011), a geração Z é silenciosa, pois vivem de uma forma mais individualizada, se isola do contato físico e interpessoal, são pouco comunicativos, a comunicação é muito maior através de redes sociais. Mas para Schneider (2016), os jovens dessa geração são assertivos e sabem o que querem, e longe de serem arrogantes, possuem a maturidade necessária para expressar suas visões, especialmente nas interações profissionais em pouco tempo, podem se tornar chefe da geração anterior, devido ao alto desempenho em suas tarefas por dominarem a web e seus recursos informacionais. Eles enxergam o mundo diferente, sua relação com o tempo é outra, é online, do mesmo modo lidam com hierarquias e autoridades de forma diferente e as empresas precisam se inspirar nela.

Resultados

A pesquisa teve como fonte o banco de dados de uma restadora de serviços de estágio. Foram avaliados 8.998

contratos de ensino superior no período de janeiro a dezembro de 2019. Detectamos que houve uma % insignificante em relação a competência técnica, 9% dos contratos foram de alunos que atenderem as expectativas e necessidades da área e as empresas optaram por efetiva-los, 12% estão relacionados a conclusão do prazo de estágio, 37% dos contratos os gestores optaram por não formalizar o motivo e 42% por questões comportamentais, faltas injustificadas, falta de proatividade, desistiu do estágio sem justificativa e dentre outros.



Conclusão

Após os resultados coletados, foi possível avaliar que o maior motivo da finalização dos contratos, com 42% estão relacionadas as competências comportamentais. Mas vale ressaltar que a chegada dessa nova geração ao meio organizacional já causa certos impactos por conta das

características peculiares desses jovens e que exige que as empresas se adaptem e apliquem novas práticas na gestão de talentos. Segundo Schneider (2016), os jovens não se submetem à condições de trabalho que não os satisfaçam. Dessa forma é necessário adaptabilidade de ambos as partes, as organizações precisam aprender a lidar com esses jovens, criar novas estratégias, ambientes atrativos, ser abertos a novas ideias, aproveitar as competências, habilidades e atitudes específicas dessa geração. E esses jovens devem compreender que é importante ser mais flexíveis, comunicativos e relacionais, onde o empregador e colegas são de outras gerações que presam por esses comportamentos.

Bibliografia

GOTTARDO, M. Â.. **Mídias sociais x comportamento de consumo: análise das gerações y e z, acadêmicos ingressantes e egressos dos cursos de graduação da unochapecó.** Ed. Unochapeco Chapecó SC, 2011.

MAYER, M.. **Quais as diferenças entre as gerações X, Y e Z e como administrar os conflitos?** Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/editoria/carreira.2017>.

SCHNEIDER, D.. **Conheça a geração Z: nativos digitais que impõem desafios às empresas.** Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html 2015.

A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES I

Daniel Vieira,
Janete de Almeida Silva Neves,
Juliana Jacob de Matos Elias,
Orlando de Sá Alencar,
Simone José da Silva¹⁵
Orientador (a): Gabriel Rodrigues¹⁶

A RSE tem por objetivo a conscientização das organizações que cada vez mais é necessário se importar com os acontecimentos que ocorrem na sociedade, de tal forma que as organizações passem a buscar soluções para tais problemas. De fato, a questão de ser socialmente responsável no Brasil ainda é um tema novo, mas que está cada vez mais crescente nas organizações. Sejam eles funcionários, parceiros ou beneficiários, em geral -, da comunidade em que a empresa está inserida e o meio ambiente. Isso se traduz em uma gestão transparente, ética e preocupada com aspectos como a preservação da natureza, o desenvolvimento sustentável e a redução das desigualdades. Não se trata, portanto, da prestação de assistência social, uma vez que essas empresas continuam tendo fins lucrativos e se voltam a objetivos comerciais, e sim, dada a consciência social cada vez mais desenvolvida, da adoção de iniciativas como programas de trabalho voluntário para seus colaboradores e medidas menos nocivas ao meio ambiente.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Organizações Empresariais, Vantagem Competitiva.

¹⁵ Discentes do curso de Gestão de RH BSSP

¹⁶ Docente da BSSP e orientador

A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES II

Andréa Martins Soares
Carla Cristina Pereira de Lima Xavier
Kenedy Monteiro Parreira
Nadya Lua Oliveira
Telma Regina Oliveira da Silva¹⁷
Orientador (a): Gabriel Rodrigues (a)¹⁸

Resumo – Responsabilidade social pode ser definida como um conjunto de ações voluntárias que são adotadas pelas empresas para contribuir para uma sociedade mais justa. A responsabilidade social não é obrigatória por lei, desse modo as empresas que adota essas ações voluntariamente estão favorecendo para um ambiente mais preservado e uma sociedade mais consciente. De forma voluntária, a responsabilidade social ocorre quando a empresa decide promover ações, posturas e comportamentos em benefícios do seu público. Com pequenas atitudes simples, uma empresa faz grande diferença para o meio ambiente, como reduzir impressões desnecessária, implantar o uso das garrafinhas, diminuir o uso dos corpos descartáveis, orientar os funcionários para reutilizar as folhas já utilizadas para usar como rascunho, incentivar o uso consciente de água e energia e orientar em relação a separação do lixo reciclável e o orgânico.

Nas últimas décadas a mentalidade das empresas acerca da responsabilidade social adquiriu outra perspectiva; antes desse tempo, poucas pessoas questionavam a conduta das empresas. No entanto, recentemente, várias dessas organizações com fins lucrativos têm adotado práticas de responsabilidade social, partindo do preceito de que elas devem colaborar para a melhoria do bem-estar da comunidade, atuando como agentes sociais no processo de desenvolvimento econômico e social. No que se referem os resultados da pesquisa, as ações de Responsabilidade Social, tem o intuito de contribuir para a criação de um cenário positivo das empresas perante a sociedade e demais agentes interessados nessa causa, pois além de favorecerem com o aspecto social, essa ação coopera tanto no comportamento ético, como no crescimento de uma forma geral. Contudo, o propósito desta responsabilidade é propiciar iniciativas, debates e transformações no ambiente profissional versus social e trazer um novo formato de gestão perante a coletividade e manter um bom relacionamento com seus stakeholders.

Dito isso, o que podemos concluir é que essa prática de ações dentro da empresa trazem tantos benefícios fiscais, quanto econômicos e sem falar nos ganhos éticos e sociais na vida das pessoas, pois a partir do momento em que esse sistema passa a serem construídas dentro da empresa, essas passam a enxergar com boa vontade, com sabedoria e respectivamente vem à prosperidade e a sorte de colherem bons resultados futuros.

Palavras chaves: Ações sociais; Empresas; Responsabilidade social.

¹⁷ Discentes do Curso de Gestão de RH Faculdade BSSP ou IES.

¹⁸ Docente do Curso de Gestão de RH Faculdade BSSP ou IES.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA
UMA ABORDAGEM EM SALA DE AULA QUE POSSIBILITA AOS ESTUDANTES
ADOTAREM HÁBITOS DE CONSUMO CONSCIENTE.

Daiane Cecilia,
Francielma Arrais,
Gabriella Regina,
Keila Pontes¹⁹
Professora orientadora: Sthephane Godoi²⁰

Este trabalho consiste em aperfeiçoarmos o ensino e aprendizagem do ensino financeiro, mediando conhecimentos através do controle dos gastos, acolhida e escuta, será trabalhado através de fabulas e jogos, estimular o uso de cofre para poupar dinheiro de forma que possamos expandir os conhecimentos e ampliar os meios para os estudos via on line. Ensinar as crianças a lidar com dinheiro, mesmo que seja apenas ensinando noções básicas, é o primeiro passo para que elas sejam capazes de gerir as próprias finanças de modo mais sensato no futuro. Em meio a pandemia do coronavírus, estratégias de trabalho tiveram de ser reorganizadas para beneficiar a todos. Foi o caso da disciplina de estágio curricular do curso de Pedagogia, dessa forma aproximar os estudantes e campo de estágio dessa forma vivenciar o ensino remoto.

Palavras chaves: BNCC, Jogos, Conhecimento

¹⁹ Discentes do Curso de Pedagogia BSSP

²⁰ Docente da BSSP e orientadora

Componente Curricular Projeto Integrador: o que significa e qual é o objetivo

Juliana Jacob e Orlando de Sá

APRESENTAÇÃO

O projeto integrador é uma etapa de formação universitária. Um critério obrigatório para ser aprovado no curso, ele tem tanta importância como o TCC. É uma das atividades mais importantes do curso superior, o conteúdo precisa ser formado com início, meio e fim, sempre usando técnicas de planejamento, organização e execução. Independente do tema, o projeto deve atingir um objetivo ou propor solução para um problema. O projeto integrador contempla 4 dimensões:

1.Situações-problemas:

A aprendizagem deve ser iniciada com situações reais e do cotidiano. A ideia é criar um olhar investigativo para o mundo.

2.Conteúdos interdisciplinares e práticos:

Rompe com as fronteiras tradicionais do conhecimento, ao passo que relaciona disciplinas e até mesmo promove a articulação de áreas. Além disso, a produção de conhecimento do projeto integrador deve ser aplicável em situações reais.

3.Trabalho ojetivo:

Desenvolve as habilidades dos alunos para trabalhar em equipe.

4.Design Thinking:

Esse conceito diz respeito a uma metodologia centrada nas necessidades do ser humano.

RESULTADOS

Proporcionar aos alunos a oportunidade de desenvolver um trabalho prático que integre as diversas teorias abordadas pelas disciplinas cursadas no semestre letivo.

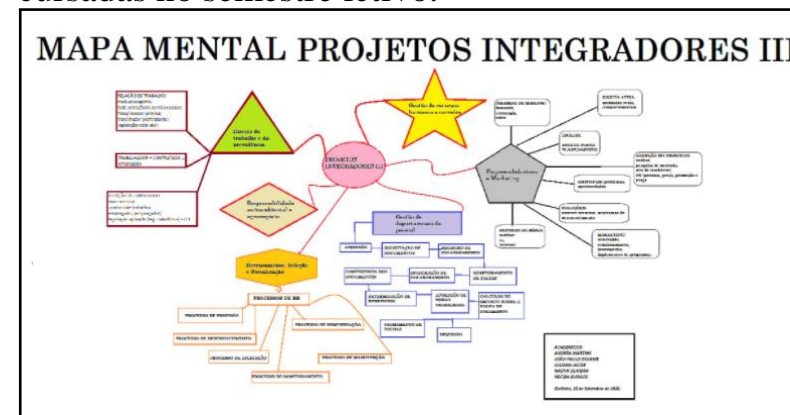


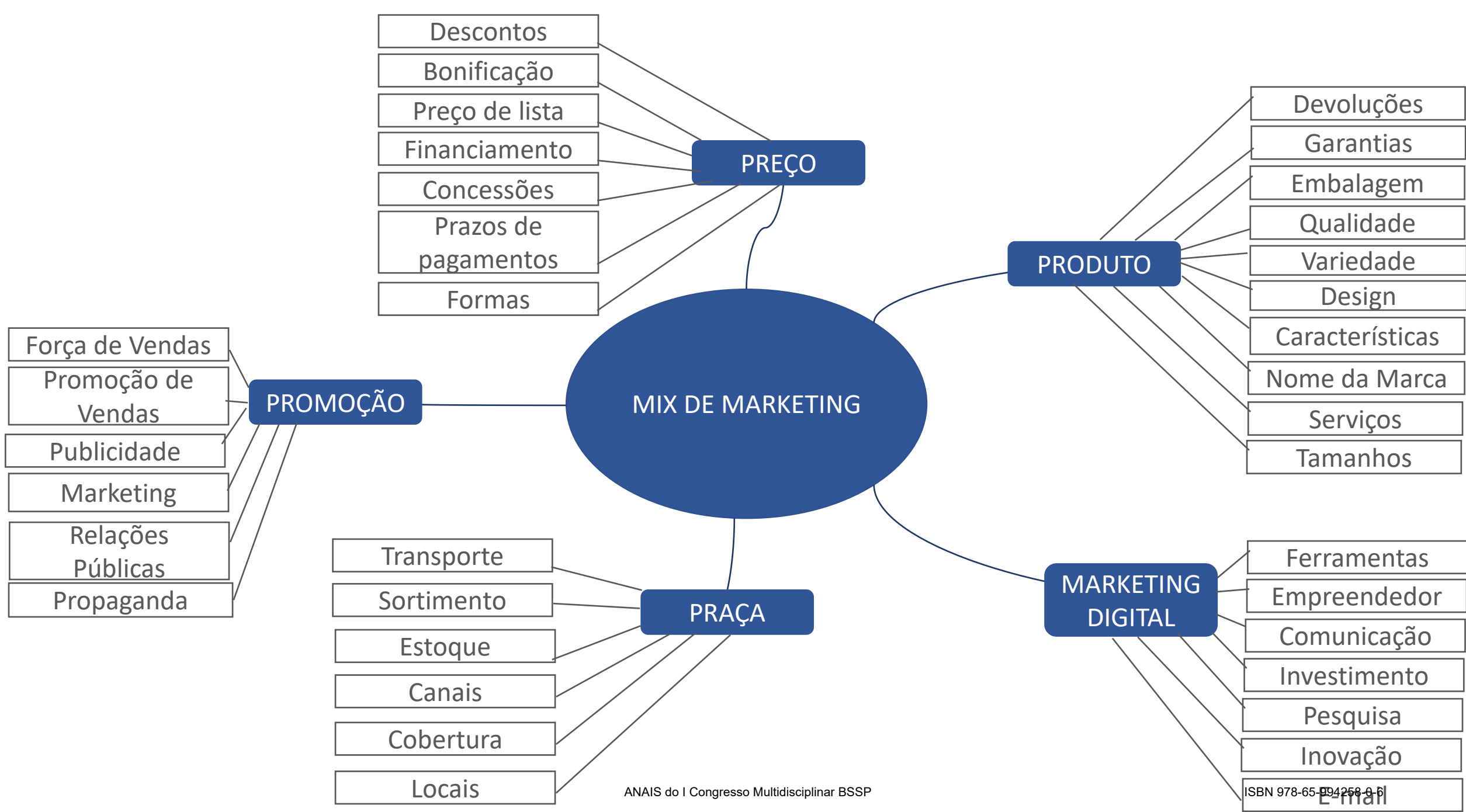
Imagem 1 – Mapa mental tema **XXX** desenvolvido em grupo na aula de Projetos Integradores III 2020.

CONCLUSÕES

Aqui concluimos que o projeto integrador tem como objetivo incrementar tudo que foi aprendido durante o semestre, dando uma nova forma de fixação do conhecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Digite aqui, conforme as regras da ABNT.



ESCOLA GERAÇÃO FUTURA

Francielma Aparecida Arrais

Gabriella Regina²¹

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos²²

Resumo – Este trabalho apresenta um modelo de escola virtual ideal que propõe um ensino inovador, foi desenvolvido pelas alunas do sétimo período na disciplina de Práticas Pedagógicas VI sob a orientação do professor Regis de Sousa Santos. Pensando na nova geração, foi criado o nome da escola de Geração Futura, tendo como objetivo transformar mentes. Uma escola que se propõe em sua missão a oferecer uma boa qualidade de ensino, desenvolvendo habilidades e competências do aluno com propostas tecnológicas. Foi definido que a Concepção Pedagógica utilizada nessa escola seria a Democrática, como aquela que respeita o educando na construção de seu aprendizado e o professor sendo o mediador dessa aprendizagem. Também foi feita a escolha das cores da escola e ficou decidido que seria azul e amarelo. O azul está ligado à confiança, sabedoria, inteligência e verdade e o amarelo: otimismo, diversão, criatividade e confiança. A Escola Geração Futura propõe valores como: inovação, foco, força e participação, valores que visam o desenvolvimento cognitivo, social e ético dos educandos, propiciando construir uma educação inovadora e desafiadora, com novas tecnologias digitais que atualmente o mercado oferece.

Palavras chaves: Educação, tecnologia e inovação.

²¹ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

²² Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

Tema: Tecnologias e Contextos

Moderador(a): Profa Sthephane Godoi e Mariana Mesquita

19h - Tema 1: ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TEMPOS DE PANDEMIA: Uma análise sobre as mudanças sofridas na prática do estágio supervisionado em 2020.

Autoras: Prof. Esp. Sthephane Godoi

19h10 - Tema 2: Estágio on-line: O dilema das redes sociais

Autoras: Wanessa Barbosa Leão, Kellyane Silva e Daniela Teixeira

Orientador(a): Prof. Esp. Sthephane Godoi

19h20 - Tema 3: Do Lixo ao Luxo

Autoras: Loingrid Costa de Sousa e Maria Antonia Sousa Cardoso

Orientador(a): Profa Sthephane Godoi

19h30 - Tema 4: Escola Arte De Crescer

Autoras: Daniela Teixeira, Olinda Coutinho e Lislorrane de Jesus

Orientador(a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

19h40 – 20h - Debate 1

20h - Tema 5: Escola Inovação

Autoras: Kellyane Silva e Wanessa Barbosa

Orientador(a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos

20h10 - Tema 6: Evolução das Câmeras

Autoras: Simone Santana Alves de Andrade e Vânia Silva.

Orientador(a): Profa Sthephane Godoi

20h20 - Tema 7: A Importância do Mix de Marketing Digital para Empreendedores

Autoras: Carla Cristina Pereira de Lima Xavier e Nadya Lua Oliveira

Orientador (a): Profa Mariana Mesquita

20h30 – 21h - Debate 2

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TEMPOS DE PANDEMIA

Uma análise sobre as mudanças sofridas na prática do estágio supervisionado em 2020.

Sthephane Godoi²³

APRESENTAÇÃO

O Estágio Supervisionado tem como principal objetivo a observação e análise da realidade dos espaços educativos, dentre os aspectos estão previstos: Identificação da instituição de ensino; descrição da estrutura física; realidade externa dentre outros. Além da observação e coleta de dados, observação da prática, a proposta curricular e a gestão de ensino.

Devido as mudanças ocorridas no calendário de 2020 e a modalidade da oferta de ensino nas instituições formais, em diversos âmbitos, as visitas previstas para a realização do estágio supervisionado não puderam acontecer.

Medidas emergenciais foram tomadas e as ações readaptadas de acordo com a realidade do nosso grupo de discentes e as possibilidades de pesquisa, sendo que, as escolas de ensino formal também não estavam com a oferta presencial.

RESULTADOS

A orientações para esta nova oferta ocorreram dentro do Regime especial de aulas não presenciais, através de uma plataforma de reuniões on-line.

No primeiro semestre de 2020 ocorreu o Estágio Supervisionado I e no segundo semestre, o Estágio Supervisionado II.

Estágio Supervisionado I

<i>Etapa 01</i>	<i>Etapa 02</i>	<i>Etapa 03</i>
Foi orientado que cada aluno convidasse um professor, coordenador ou gestor, que estivesse atuando na educação. Em seguida, cada aluno elaborou um questionário contendo 10 perguntas sobre a realidade vivida por este profissional, de acordo com a mudanças sofridas na educação durante a pandemia. Os questionários foram enviados de maneira remota por cada aluno aos seus respectivos entrevistados, podendo ser por email ou aplicativos de conversas instantâneas. O entrevistado recebia o arquivo, respondia e enviava a devolutiva para seu entrevistador.	Após a análise da realidade das instituições, foi orientado que cada aluno convidasse um familiar ou responsável, que estivesse com jovens ou crianças em idade escolar assistindo aulas, ou não, nesta nova perspectiva. Com a mesma metodologia da etapa anterior, sendo que neste caso, o responsável pelo aluno descrevesse um relato sobre a oferta de ensino.	Após analisarem a realidade vivida por instituições diversas e também por familiares e responsáveis pelos alunos em idade escolar, foi orientado para a finalização da pesquisa em Estágio Supervisionado I, que cada estagiário realizasse uma pesquisa, buscando descobrir quais são as possibilidades de pesquisa e oferta de aula através das TIC's ²⁴ , buscando sites direcionados para a educação. Realizaram leituras e experimentações nestes espaços virtuais e relatórios de suas experiências.

Fonte: Autora (2020).

²³ Docente BSSP e mestranda em Tecnologias Emergentes na Educação (EUA)

²⁴ Tecnologias Informação e Comunicação.

Todas as etapas foram enviadas para análise e correção através do e-mail institucional, com o intervalo de 15 dias entre cada etapa. Durante as aulas on-line foram realizadas discussões sobre o andamento, possibilidades, dificuldades encontradas e os resultados apresentados.

O estágio supervisionado II ocorreu sob uma perspectiva de pesquisa de campo, visto que, todas as aulas estavam previstas para ocorrerem sob o sistema remoto, tanto aulas no Ensino Superior quanto no Ensino Básico.

O problema ainda era o mesmo, a não possibilidade de realizar o estágio no contexto do ensino presencial, com isto, foi firmada uma parceria com a Escola SESI de Crixás. A escola oferta as aulas para seus alunos através da plataforma ZOOM²⁵, o mesmo modelo que a BSSP utiliza em suas aulas.

Foi criado um grupo de comunicação através do aplicativo WhatsApp, com a presença das alunas matriculadas, as coordenadoras e a diretora da Escola Sesi, neste grupo é realizado todo o processo de comunicação para as aulas. As alunas disponibilizaram seus horários, enquanto isso a coordenadora criou um horário alternativo para que as alunas pudessem assistir as aulas on-line como observadoras.

Nos dias das respectivas aulas são enviados os links individuais, cada aluna acessa seu link e observa as aulas que ocorrem de maneira remota.

As alunas observam as aulas, produzem seus relatórios e em grupos, estão desenvolvendo um projeto pedagógico para que seja apresentado a Escola SESI, os projetos estão sendo desenvolvidos sob a perspectiva do ensino remoto, com a utilização de meios eletrônicos e plataformas digitais.

CONCLUSÃO

As mudanças no mundo são constantes e muitas delas nenhum pouco previsíveis. O ano de 2020 foi um marco nas mudanças comportamentais promovidas pelo isolamento social causado pela pandemia da COVID-19. A educação precisou se reinventar de maneira emergencial.

Os meios eletrônicos foram primordiais para que a oferta de ensino não fosse encerrada, mesmo com a falta de planejamento, referente ao momento inicial e posteriormente com análises assertivas para momentos futuros. Instituições de ensino básico e superior se reinventaram.

O estágio supervisionado também precisou ser repensado de maneira emergencial, analisando a realidade das instituições de ensino, realizar um estágio via ensino remoto é estar mais próximo das reais possibilidades que enfrentamos nos dias atuais. Professores se reinventam diariamente, aprendem a manusear novas ferramentas, permeiam novos territórios. A educação vive grandes mudanças e outras mais virão posteriormente.

²⁵ Serviço de conferência remota "Zoom" que combina videoconferência, reuniões online, bate-papo e colaboração móveis.

BIBLIOGRAFIA

RONDINI, Carina Alexandra; PEDRO, Ketilin Mayra; DOS SANTOS DUARTE, Cláudia. PANDEMIA DO COVID-19 E O ENSINO REMOTO EMERGENCIAL: MUDANÇAS NA PRÁXIS DOCENTE. *Interfaces Científicas-Educação*, v. 10, n. 1, p. 41-57, 2020.

SCALABRIN, Izabel Cristina; MOLINARI, Adriana Maria Corder. A importância da prática do estágio supervisionado nas licenciaturas. *Revista Unar*, v. 7, n. 1, p. 1-12, 2013.

[GODOI, Sthephane](#). Gestão, Inovação e Tecnologia na Educação: Ações em tempos de crise. In: *Revista Científica BSSP*. Goiânia, v.1, v.1 fev/ago 2020.

ESTÁGIO ON-LINE: O DILEMA DAS REDES SOCIAIS

Wanessa Barbosa Leão,
Kellyane Nascimento Silva
Daniela Teixeira:

Orientador (a): Prof. Esp. Estefani Godoy²⁶²⁷

Resumo:

De acordo com as experiências proposta no estágio supervisionado online, pudemos observar que as redes sociais e de uma fundamental importância, nesse período em que estamos vivendo, muitas metodologias inovadoras, foram utilizadas; como zoom, cavam telegrama para que houvesse um aprendizado de qualidade.

Para suprir as demandas atuais dentro da escola, foi usado o documentário, O Dilema das redes sócias, como complemento de nossas pesquisas. Surgiu à ideia em criarmos um projeto, onde poderá ser possível sintetizar uma análise entre o documentário com a realidade dessa nova modalidade de ensino á distancia, por conta da pandemia. o documentário relata sobre os perigos causados pelas redes sociais se usado de forma errada, assim como se usado de forma correta traz inúmeros benefícios.

Conclui-se que os objetivos das redes sociais são que, você sempre encontre algo para prender você mais e mais enfrente às telas do mundo virtual. Isso explica, por exemplo, o motivo pelo qual as linhas do tempo de suas redes sociais estão sempre repletas dos amigos com os quais você mais interage, assuntos que você gosta e propagandas de produtos que são do seu interesse.

Palavras chaves: Uso das redes sociais consciente.

²⁶ Discentes do Curso de Pedagogia

²⁷ Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP Estefani Godoy

Do lixo ao luxo

Alunas: Maria Antonia Sousa Cardoso e
Loingrid Costa de Sousa
Professor(a) Orientador(a): Sthephane Godoi

INTRODUÇÃO

É possível fazer artes com tudo que esta ao nosso redor como por exemplo, o papelão, isopor, vidro, papel, garrafas petes e muito mais. Artes é tudo aquilo que nos permite expressar nossas emoções, historias e culturas através de alguns valores.

e a artes em artesanatos nos permite trabalhar utilizando diversa matérias-primas e podemos nos expressar e ajudar a cuidar do meio ambiente e não agredir nosso belo planeta.

METODOLOGIA

Esse trabalho foi pensado e trabalhado com diversos materiais recicláveis. Nosso foco era conscientizar as pessoas a terem mais respeito com o meio ambiente e consigo mesmo, sempre se pergunte, você recicla? Porque esse ato é tão importante em nossa sociedade hoje.

TRABALHOS DESENVOLVIDOS



CONCLUSÃO

Podemos observar que nossas ações como, lava as garrafas de vidro ou separa o lixo e descartar em lugares corretos são muito importantes tanto para o meio ambiente como para nossa melhor convivência.

BIBLIOGRAFIA

ROSSI, Maria Helena Wagner. A estética no ensino das artes visuais. Educação & Realidade, v. 30, n. 2, 2005.

Artista e ativista, EDUARDO SRUR, www.protectparadise.com/pt-pt

ESCOLA ARTE DE CRESCER

Daniela Teixeira,
Olinda Coutinho
Lislorrane de Jesus²⁸
Prof. Esp. Regis de Sousa Santos²⁹

Resumo – A Escola Arte de Crescer foi desenvolvida com o intuito de apresentar uma educação com um método de ensino renovador da educação tradicional. Observa-se que aqui no Brasil existem poucas escolas com uma concepção de ensino Montessoriana, que considera o brincar de uma forma em geral como um importante fator da educação infantil e foi pensando nisso que nós escolhemos esse método de ensino da Doutora Maria Montessori, com intuito de proporcionar aos indivíduos um modelo de escola ideal, fazendo com que percebam que os brinquedos e brincadeiras tem uma função de auxiliar o desenvolvimento da criança de uma forma lúdica. Esse modelo de escola, cujo nome é: Arte de Crescer foi desenvolvido pelas acadêmicas do curso de Licenciatura em Pedagogia com a participação do professor de práticas pedagógica VI nos orientando. Nessa Escola o foco primordial é em oferecer uma educação com instrumentos e os conteúdos essenciais para um aprendizado de qualidade, para que essas crianças desenvolvam a função de harmonizar o corpo, a inteligência e a vontade própria. Esse escola foi baseada em uma educação que as crianças tem a liberdade para escolher seus materiais e onde querem trabalhar com eles em sala, além de poder proporcionar a cooperação entre as mesmas demonstrando o verdadeiro valor e a capacidade de escolhas independente, autonomia juntamente com a capacidade de aprimorar as qualidades sociais básicas que contribuirá como sendo a base de um boa cidadania que facilitará no futuro, para que essas crianças possam trabalhar com competência.

Palavras chaves: lúdico, Montessori, liberdade

²⁸ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP:

²⁹ Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP:

ESCOLA INOVAÇÃO

Kellyane Silva

Wanessa Barbosa³⁰

Orientador (a): Prof. Esp. Regis de Sousa Santos³¹

Resumo – A Escola Inovação foi elaborada com o objetivo de propiciar aos educandos novos desafios, buscando o aprimoramento no campo intelectual e social, definimos o nome da escola. Escolhemos as cores, verde e laranja, o verde tem forte correspondência emocional com segurança, e a laranja que representa o entusiasmo, fascínio, criatividade, determinação sucesso, encorajamento e estímulo. Pesquisamos sobre as concepções pedagógicas que mais poderia encaixar nesse nosso contexto pedagógico, as pedagogias tradicional e progressista foram as escolhidas. A tradicional em promover uma formação moral e intelectual, tendo como pressuposto a conservação da sociedade em seu estado atual. E a pedagogia progressista, onde os conteúdos são extraídos da prática de vida dos estudantes que aprendem codificando e decodificando a problematização da situação. Os valores escolhidos foram a afetividade e a autonomia, que são valores muito importantes para a educação dos nossos discentes. O afeto é o princípio norteador da autoestima, desenvolvido o vínculo afetivo, a aprendizagem, a motivação e a disciplina tornam-se conquistas significativas para o autocontrole do aluno e seu bem-estar escolar. O processo de construção do plano da escola foi organizado de acordo com a previsão das atividades didáticas em termos de organização e coordenação em face dos objetivos propostos, quanto a sua revisão e adequação no decorrer do processo de ensino.

Palavras chaves: inovação, tradicional e progressista

³⁰ Discentes do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

³¹ Docente do Curso de Pedagogia da Faculdade BSSP

PEDAGOGIA

EVOLUÇÃO DAS CÂMERAS



Introdução

A arte de fotografar nunca esteve tão presente em nossas vidas como está hoje. Rodeados de tecnologias que conseguem capturar com melhor qualidade e desempenho os momentos mais importantes. Entretanto, nem sempre foi assim, assim como qualquer tecnologia, as câmeras tiveram todo um processo de evolução. Diante dos fatos levantou-se a seguinte questão: Qual foi a primeira fotografia tirada e as primeiras câmeras fotográficas?

OBJETIVOS

GERAL

- Verbalizar a história da evolução das fotografias até os dias de hoje.

ESPECÍFICOS

- Apresentar a primeira fotografia feita;
- Mostrar a evolução das câmeras.

MÉTODO

A fotografia é considerada uma das mais importantes expressões da arte. Sendo transformadora ou meramente representacional. Embora você possa capturar uma cena incrível no seu caminho para o trabalho não foi tão simples no início como é hoje. A fotografia foi evoluindo como arte, e absorvendo tecnologias a fim de se tornar mais popular e acessível. O surgimento da primeira fotografia impressa aconteceu em 1826. A química usada foi um material derivado de petróleo, chamado "Betume da Judeia", um elemento que endurece em contato com a luz. O tempo de duração para que a imagem se fixasse foi de 8 horas e o resultado é uma foto bastante contrastada.



Com a primeira foto tirada a apresentada. Vamos apresentar a evolução das câmeras fotográficas a seguir:

- 1839 - surgiu o primeiro equipamento fotográfico o Daguerreótipo. Sendo apresentado à Academia de Ciências de Paris, tornando-se acessível ao público;



1860 - surge a primeira câmera a fazer fotos panorâmicas através de uma lente grande angular, preenchida com água, conhecida como Sutton Panoramic;



- 1888 - Kodak nº 1 foi primeira câmera a utilizar filme de rolo;



- 1897- Folding Pocket Kodak foi primeira câmera de folie dobrável;



- 1903 – Dr. Miethe's Dreifarben foi primeira câmera a utilizar três cores;
- 1983 - Canon T50: a primeira câmera SLR automática;



- 1967 - Olympus Trip 35 a câmera compacta mais popular da década de 70;
- 2018 - Câmera Digital Sony Cyber;



- 2019 - Câmera Digital Nikon DSLR D3400;

1972 - Polaroid SX-70 a primeira SLR a utilizar filme instantâneo;



- Câmera Digital Nikon DSLR D5300.



- 1976 - Pentax K1000: SLR fabricada por mais de 20 anos;



CONCLUSÃO

Com esse trabalho foi possível ver quando e como foi retirada a primeira fotografia. Além de termos apresentado a evolução de algumas câmeras ao decorrer dos anos. Sendo assim, podemos concluir que a tecnologia que temos hoje pode até parecer simples para algumas pessoas. Entretanto, podemos concluir que ao analisar a história, para chegar ao que é hoje teve um longo processo de tentativas e descobertas.

Referências

NÓVOA, Jorge. FRESSATO, Soleni Biscouto, FEIGELSON, Kristian (organizadores). Cinematógrafo: um olhar sobre a história. Salvador: EDUFBA, São Paulo: Ed. UNESP, 2009.
MAUAD, Ana Maria. Através Da Imagem : Fotografia E História Interfaces. Tempo, Rio de Janeiro, vol. 1, n.º. 2, 1996, p. 73-98.



A Importância do Mix de Marketing Digital para Empreendedores

Carla Cristina Pereira de Lima Xavier e Nadya Lua Oliveira

Introdução

O marketing digital para o empreendedor é utilizado como ferramenta de alcance global, interatividade com o negócio, foco nos investimentos, segmentando públicos e nichos de mercado e reduzindo custos de campanhas.

Segundo Kotler (2000, p. 30), “marketing é um processo social por meio dos quais pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com os outros”, abrangendo bens, pessoas, ideias, serviços, locais (turísticos), escolas e até mesmo igrejas.

McCarthy (1997), por sua vez, propõe o modelo dos 4P's, também denominado composto mercadológico ou mix de marketing. Constituído pelo conjunto de ferramentas estratégicas, com a finalidade de orientar as decisões adotadas para a oferta: Produto – características do produto, embalagem e desenvolvimento; Preço – custo do produto para o consumidor e formas de pagamento; Praça – ponto de venda e distribuição, e Promoção – comunicação, veiculação de propaganda e venda pessoal.

Resultado

O composto de marketing ajuda a empresa a identificar o que seu cliente deseja ou precisa e aplicar estratégias de forma que se deixe claro que o seu produto – ou serviço – é exatamente o que ele está procurando. É aquilo que vai resolver aquela situação que está incomodando àquela pessoa.

Conclusão

Concluimos que através do mix de marketing as empresas conseguem analisar e entender melhor seu mercado e conseqüentemente produzir uma campanha de marketing mais assertiva. O mix de marketing é uma ferramenta estratégica dentro das empresas que se utilizado com eficácia, ajuda no sucesso das vendas-serviços. Através dessa ferramenta a empresa consegue aumentar sua visão global quanto as necessidades e desejos do seu produto principal e sempre buscando melhoria e novidades para satisfazer os clientes.

Referências Bibliográficas

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

McCARTHY, E. Jerome. **Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global**. São Paulo: Atlas, 1997.

Agradecimentos

A Deus primeiramente pelo dom da vida e pela saúde.

A professora Mariana pelas correções e ensinamentos que nos permitiram confeccionar um bom trabalho.



Figura 1 - Mapa Mental ou Conceitual