**MÉTODO DO CASO PARA ENSINO EM MARKETING: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA**

SILVA, B. C. O.

brena.carolina.adm@gmail.com

BRANDÃO, H. A.

halana.brandao@ufca.edu.br

**1 INTRODUÇÃO**

O presente trabalho tem como objetivo explanar sobre as atividades realizadas no projeto Método do Caso para Ensino em Marketing: uma aplicação no Curso de Administração, executado através de um Programa de Iniciação à Docência da Universidade Federal do Cariri. O projeto teve início em abril de 2017, com previsão de término em dezembro de 2017. Até o momento de submissão do relato, a estudante teve envolvimento com a disciplina de Administração Mercadológica II, ofertada no primeiro semestre de 2017, e Administração Mercadológica I, com oferta no segundo semestre do ano.

O método do caso é uma ferramenta pedagógica que permite ao aluno vivenciar uma autêntica situação de gestão, desenvolvendo habilidades gerenciais num ambiente de laboratório, diminuindo, assim, a distância entre a sala de aula e as organizações, e proporcionando ao aluno uma experiência ativa no processo de aprendizagem. Para Roesch e Fernandes (2007), a utilização de casos com situações locais instiga o interesse do aluno, possibilitando discussões em sala de aula. Comumente utilizado nas escolas de Administração europeias e norte-americanas (ROESCH; FERNANDES, 2007), o método do caso para ensino tem ressurgido na última década em grandes eventos e periódicos da área (VALDEVINO *et al*, 2016). Esse é um método diferente do tradicional, pois os alunos são expostos a problemas decisórios e dilemas vividos diariamente em organizações e exercitam suas habilidades e conhecimento, ao invés de receberem passivamente fatos e teorias em aula. A utilização do método permite uma descentralização do professor em sala de aula, em que o aluno é o protagonista no processo de aprendizado, permitindo o desenvolvimento da capacidade de análise de problemas e tomadas de decisão, senso crítico, e a capacidade de visualizar diferentes análises da situação descrita através do estabelecimento de discussão e debate das possibilidades em aula (ROESCH; FERNANDES, 2007; VALDEVINO *et al*, 2016). Desta forma o aluno tem a possibilidade de levantar questionamentos, e criar suas hipóteses e estratégias gerenciais.

Comumente utilizado nas escolas de Administração europeias e norte-americanas (ROESCH; FERNANDES, 2007), o método do caso para ensino tem ressurgido na última década em grandes eventos e periódicos da área (VALDEVINO *et al*, 2016), entre eles o Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD) e o Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ), que aceitam submissões de casos desde 2009, e o Seme*AD*, Seminários de Administração, organizado pelo Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA) da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP), que passou a aceitar submissões na modalidade em 2016. Quanto aos periódicos, podem ser citados a GVcasos- Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração- da Fundação Getúlio Vargas, primeiro periódico nacional voltado a publicações de casos para ensino e lançado em 2010 (LOURENÇO; MAGALHÃES, 2013), e a Revista de Administração Contemporânea (RAC), que passou a publicar Casos para Ensino a partir da sua primeira edição em 2017 (KIMURA, 2017), entre outros. Faria e Figueiredo (2013) enfatizam que este cenário de maior aceitação de casos para ensino em meios de publicação nacionais configura um estímulo para uma maior produção de casos para ensino brasileiros.

Através do significativo ganho de espaço em meios de publicação nacionais, o interesse em casos para ensino tem ressurgido no Brasil na última década na medida em que percebem-se suas possibilidades de uso e a aplicabilidade da metodologia para o desenvolvimento de habilidades de gestão nos alunos de ensino superior (VALDEVINO *et al*, 2016). O Caso para Ensino é um método educacional inovador, que permite ao discente vivenciar situações organizacionais, e confrontá-las com a teoria aprendida em sala de aula. Seu uso deve ser incentivado nas disciplinas do curso, de forma a proporcionar aos docentes mais um recurso dialógico de tomada de decisão.

**2 DESENVOLVIMENTO**

O projeto “Método Do Caso Para Ensino Em Marketing: Uma Aplicação No Curso De Administração” é coordenado e acompanhado pela professora Halana Adelino Brandão. O objetivo deste projeto é estimular o aprendizado da gestão mercadológica, através de metodologia inovadora, buscando complementar o conteúdo expositivo em sala de aula, com a utilização de casos para ensino. Visando o alcance do objetivo definido, foram propostas atividades didático-pedagógicas que proporcionassem ao monitor o contato com atividades docentes. Para a realização das atividades, tornou-se necessário seguir algumas etapas. A metodologia consiste em reuniões semanais de planejamento e acompanhamento das atividades.

Desta forma, foi atribuída ao bolsista a execução das seguintes atividades: prestar assistência ao planejamento da disciplina; acompanhar a execução da disciplina; participar no desenvolvimento de pesquisa para a elaboração de casos, como também da pesquisa de casos para ensino em periódicos da área administrativa, aplicação e discussão de casos em sala de aula; leituras complementares à disciplina e elaboração de casos para ensino. No decorrer do ano letivo de 2017 têm sido desenvolvidas as atividades propostas. Para a disciplina Administração Mercadológica II, foi realizada uma pesquisa de casos para ensino em periódicos de administração, e a partir desta se escolheu um caso para aplicação em sala de aula.

O Caso para Ensino aplicado na disciplina foi “Beleza natural: Crescendo na base da pirâmide” (SUAREZ; CASOTTI; DE ALMEIDA, 2008), extraído da Revista de Administração Contemporânea — RAC. A aplicação foi dividida em quatro etapas: na primeira ocorreu a disponibilização do caso para ensino e as questões para discussões posteriores em meio virtual — Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA) — para leitura prévia pelos alunos; Conseguintemente, após uma semana da disponibilização do caso, houve a apresentação e a contextualização deste em sala, onde debateu-se acerca das questões propostas; na terceira etapa, foi entregue à professora as questões propostas de forma escrita, e tal atividade foi utilizada como avaliação na disciplina. É importante ressaltar que o caso para ensino foi utilizado na disciplina como uma metodologia complementar ao método já utilizado tradicionalmente, aula expositiva, trabalhos em grupo, seminários, etc.

**3 RESULTADOS e DISCUSSÃO**

A aplicação do caso para ensino apresentou resultados positivos para a turma que foi submetida à metodologia, promovendo um debate rico de informações, e alusão a diversas possibilidades dentro do caso. Os alunos puderam analisar a situação descrita, colocando-se no lugar das personagens do caso (gestores) e aplicando os conhecimentos adquiridos no decorrer da disciplina de Administração Mercadológica II.

Por suas especificidades, o caso para ensino torna-se um meio de levar até o aluno situações empresariais próximas à sua realidade e contribuir com o desenvolvimento de habilidades gerenciais nestes. Para Roesch e Fernandes (2007), a utilização de casos com situações locais instiga o interesse do aluno, possibilitando discussões em sala de aula. Além do uso dessa metodologia como prática didática, é relevante destacar a construção de novos casos para ensino – paralelamente - sobre organizações locais que contribuem com o desenvolvimento local. Diante disso e a partir do aprendizado adquirido com o projeto aqui citado, foi escrita uma monografia, de autoria de Brena Carolina de Oliveira Silva, sob a orientação da professora Halana Adelino Brandão, que caracteriza-se pela elaboração de um caso para ensino de uma empresa regional do ramo funerário, buscando contribuir para o aprendizado em estratégias de marketing e ser uma referência a ser explorada pelos alunos, como metodologia no curso de Administração da Universidade Federal do Cariri.

**4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As atividades desenvolvidas no Programa de Iniciação à Docência caracterizaram-se pela continuação das discussões e aprendizado sobre a metodologia do caso para ensino dentro das disciplinas obrigatórias do curso de Administração da Universidade Federal do Cariri.

A experiência adquirida junto ao projeto “O Método do Caso Para Ensino em Marketing: uma aplicação no Curso de Administração da UFCA” tem propiciado experiências educacionais através da realização das atribuições, acerca do planejamento e discussão da disciplina, permitindo à bolsista vivenciar o cotidiano docente, assim como aplicar os conhecimentos adquiridos na elaboração de um caso para ensino, juntamente com as notas de ensino.

Desta forma, compreende-se através da utilização desta metodologia em sala de aula, , que esta é uma ferramenta em potencial, capaz de proporcionar ao aluno uma experiência prática das situações gerenciais de empresas brasileiras e o desenvolvimento de habilidades num ambiente de laboratório. Dito isto, sugere-se a aplicação de outros casos para ensino em disciplinas do curso de Administração, incentivando assim a sua disseminação como metodologia a ser utilizada pelos docentes do curso, e também a elaboração de novos casos visando o fortalecimento de pesquisas e publicações nessa temática.

**5 REFERÊNCIAS**

FARIA, M. D.; FIGUEIREDO, K. F. Casos de Ensino no Brasil: Análise Bibliométrica e Orientações para Autores. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 2, p. 176-197, 2013.

KIMURA, H. Editorial. **RAC**, v. 21, n. 1, 2017. Disponível em: <http://anpad.org.br/periodicos/arq\_pdf\_edit/1\_21\_01.pdf> Acesso em 16/01/2017

LOURENÇO, C. D. S.; MAGALHÃES, T. F. A Sala de Aula e as Empresas: Análise da Produção e da Utilização de Casos para Ensino em Administração**.** In: XXXVII Encontro Científico de Administração, 2013, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2013.

ROESCH, S. M. A; FERNANDES, Francisco. **Como Escrever Casos para o Ensino de Administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

SUAREZ, M. C.; CASOTTI, L. M.; DE ALMEIDA, V. M. C. Beleza Natural: Crescendo na Base da Pirâmide. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 2, 2008.

VALDEVINO, A. M.; BRANDÃO, H. A.; SANTOS, I. A. T.; CARNEIRO, J. S.; SANTANA, W. J. P. O uso do Caso para Ensino como Metodologia Ativa em Administração: Uma Aplicação no Curso de Graduação de uma Universidade Pública no Ceará**.** In: XL EnANPAD, 2016, Costa do Sauípe. **Anais...** Bahia: ANPAD, 2016.