

MARKETING: NA VISÃO DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM MARKETING DA FACULDADE UNIÃO

FABIANO VIEIRA ALVES

UNIÃO - UNIÃO SISTEMAS DE ENSINO, PONTA GROSSA - Paraná

ADRIANA APARECIDA INGLEZ KINGESKI (Orientador)

UNIÃO - UNIÃO SISTEMAS DE ENSINO, PONTA GROSSA - Paraná

As mudanças estão ocorrendo de forma acelerada e as organizações sofrem fortes impactos em relação aos seus objetivos e estratégias que afetam as suas atividades. Atualmente para se manter no mercado é necessário traçar uma boa estratégia de marketing em virtude das inovações estarem ocorrendo rapidamente. Os clientes se tornaram mais exigentes, portanto a área exige profissionais inovadores e criativos. Com o pensamento voltado a essas necessidades e também devido ao fato do mercado estar mais exigente, considera-se de fundamental importância avaliar o conhecimento dos futuros profissionais de marketing. Como objetivo principal dessa pesquisa busca-se investigar a percepção dos alunos do curso de Administração com Habilitação em Marketing da Faculdade União, em relação ao marketing e a sua aplicabilidade no campo de trabalho. KOTLER E ARMSTRONG (1998), vêem o marketing como um processo social e gerencial através do qual os indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns com os outros. Em marketing, no entanto, os esforços se concentram no desenvolvimento de produtos conforme uma demanda existente e também através dos desejos para quem esses produtos são desenvolvidos, realizando o lucro através da satisfação do cliente. A natureza da pesquisa será exploratória, com a finalidade de proporcionar uma visão geral sobre o problema da pesquisa. O estudo será realizado com uma amostragem de 10% dos alunos do curso de Administração com Habilitação em Marketing da Faculdade União Sistemas de Ensino, sendo utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado com questões que possam avaliar o conhecimento dos alunos para tornem-se profissionais capacitados para as exigências do mercado. Através dos resultados parciais obtidos, nota-se que a maioria dos alunos possuem conhecimentos necessários em relação ao marketing.

fabianoalves2003@yahoo.com.br; adrianakingeski@ig.com.br