

Aprendizagem Ativa, Autêntica e Inclusiva em Marketing de Serviços e B2B

Sandra Filipe

ISCA-UA, Universidade de Aveiro

Resumo

Este poster descreve as práticas pedagógicas implementadas na UC Marketing de Serviços e Business-to-Business (B2B), lecionada no 2º ano da Licenciatura em Marketing do ISCA-UA, no ano letivo 2025/2026 e envolvendo cerca de 60 estudantes. O desenho pedagógico foi orientado pelos princípios da aprendizagem ativa e autêntica, integrando ainda o Desenho Universal para a Aprendizagem (DUA), com o objetivo de promover a participação ativa, a inclusão e o desenvolvimento de competências transversais.

Introdução

A inovação pedagógica no ensino superior tem vindo a valorizar metodologias centradas no estudante, capazes de articular conhecimento teórico, aplicação prática e desenvolvimento de competências transversais. No ensino do marketing, estas abordagens são particularmente relevantes, pois favorecem a ligação entre conceitos académicos e contextos organizacionais reais. Neste contexto, a aprendizagem ativa e autêntica, articulada com o DUA, constitui uma resposta pedagógica adequada à diversidade dos estudantes e às exigências de uma formação mais aplicada, inclusiva e orientada para a resolução de problemas.

Enquadramento teórico

A aprendizagem ativa inclui a participação intencional dos estudantes em atividades que exigem análise, reflexão, resolução de problemas e produção de conhecimento (Reilly & Reeves, 2024). Em detrimento da receção passiva de informação, os estudantes são incentivados a construir uma aprendizagem através do envolvimento direto em atividades significativas (Ribeiro et al., 2022). Por outro lado, a aprendizagem autêntica assenta em atividades próximas de contextos reais e socialmente relevantes, promovendo a aplicação de conceitos a situações concretas (Chiu et al., 2018; Herrington et al., 2014). Esta abordagem favorece a transferibilidade da aprendizagem, a motivação e o desenvolvimento de competências ajustadas ao ambiente profissional (Pitchford et al., 2020). Por fim, o DUA procura reduzir barreiras à aprendizagem através da oferta de diversas formas de envolvimento, representação e expressão. Deste modo, permite a adaptação a diferentes perfis e ritmos de aprendizagem, promovendo uma maior equidade, participação e autonomia (Rose, 2020).

Implementação Pedagógica

A UC foi estruturada em dois grandes blocos de trabalho, ambos alinhados com os objetivos de aprendizagem e envolvendo desafios concretos do mundo real. Ao longo do semestre, as atividades decorreram em contexto de aula e fora dela, combinando momentos de exposição breve de conteúdos, orientação tutorial, trabalho autónomo, discussão em grupo e interação com empresas parceiras.

Na componente de **Marketing de Serviços**, cada um dos estudantes desenvolveu individualmente um trabalho aplicado a uma empresa real com uma forte componente de serviços, pertencente a diferentes setores de atividade (um total de 60 empresas, por exemplo: agência de viagens, cabeleleiro, centro de massagens, hotel, hospital, clínica veterinária, restaurante, empresa de transporte rodoviário/ferrviário, gabinete de estética, ginásio, passeio de moliceiro, aluguer de viaturas, Netflix, MEO, etc). A variedade de setores permitiu ampliar a análise e promover a comparação entre contextos de serviço distintos. Este trabalho individual exigiu que os estudantes analisassem a empresa e o setor, a oferta de serviços, os elementos do marketing-mix alargado e, em particular, a qualidade do serviço e a experiência do cliente. Para este efeito, foram mobilizados diversos tipos de evidência empírica, nomeadamente a recolha de dados primários através de entrevistas e questionários (incluindo a aplicação da escala SERVQUAL), bem como a utilização de dados secundários provenientes de plataformas de avaliação como o TripAdvisor e outros disponíveis online. Com base na análise aprofundada da situação da empresa, os estudantes formularam recomendações estratégicas fundamentadas para a melhoria dos serviços prestados. Na componente de **Marketing B2B**, os estudantes trabalharam em grupo sobre desafios propostos por 3 empresas parceiras, que foram apresentadas nas aulas das respetivas turmas e atribuídos aos grupos por sorteio, promovendo equidade na distribuição dos casos (Figura 1). Baseados nos conceitos teóricos previamente estabelecidos, os grupos analisaram criticamente o problema, identificaram prioridades estratégicas e desenvolveram propostas de ação sustentadas em conceitos como processo de compra organizacional, segmentação e targeting, alinhamento marketing-ventas, gestão do relacionamento com clientes e contribuição do marketing para os resultados do negócio.



Fig.1 Aula de partilha e lançamento de desafios por parte das empresas parceiras

Resultados

A implementação deste conjunto de práticas pedagógicas traduziu-se num elevado nível de envolvimento dos estudantes, numa participação consistente ao longo do semestre e numa forte articulação entre conhecimento teórico e aplicação prática. Por exemplo, um dos estudantes reportou: "a forma como a UC decorreu fez com que estivesse sempre muito motivado e fôz, sem dúvida, a melhor experiência no curso que tive até agora". Do ponto de vista da docente, os trabalhos evidenciaram capacidade de análise crítica, formulação de recomendações fundamentadas e comunicação mais segura e estruturada. Os resultados mostram ainda o desenvolvimento de competências transversais relevantes, nomeadamente trabalho colaborativo, comunicação interpessoal, autonomia, literacia digital e capacidade de adaptação a contextos complexos. A utilização de empresas reais e de dados empíricos provenientes de diferentes fontes reforçou a perceção de utilidade da UC e permitiu simular a realidade empresarial. A diversidade de formatos de trabalho e apresentação contribuiu para uma experiência mais inclusiva, permitindo acomodar diferentes perfis de estudantes e reduzindo barreiras à participação. Globalmente, os resultados sugerem que esta abordagem pedagógica favorece aprendizagens significativas, motivação e preparação para contextos profissionais reais.

Conclusão

Este poster demonstra o potencial da aprendizagem ativa, autêntica e inclusiva no ensino superior em Marketing. A combinação entre atividades em contexto real, a análise empírica, a colaboração com empresas e a flexibilidade pedagógica permitiu criar uma prática inovadora, replicável e alinhada com as exigências contemporâneas do ensino superior.

Referências

- Chiu, P. S., Pu, Y. H., Kuo, C. C., Wu, T. T., & Huang, Y. M. (2018). An authentic learning-based evaluation method for mobile learning in Higher Education. *Innovations in Education and Teaching International*, 55(3), 338-342.
- Herrington, J., Reeves, T. C., & Oliver, R. (2014). *Authentic Learning Environments*. In M. Speer et al. (Eds.), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology* (pp. 401-432). Springer.
- Pitchford, A., Owen, D., & Stevens, E. (2020). *A Handbook for Authentic Learning in Higher Education: Transnational Learning Through Real World Experiences*. Routledge.
- Reilly, C., & Reeves, T. C. (2024). Refining active learning design principles through design-based research. *Active Learning in Higher Education*, 25(1), 81-100.
- Rose, D. (2020). Universal design for learning. *Journal of Special Education Technology*, 15(4), 47-51.
- Ribeiro-Silva, E., Amorim, C., Aparício-Henriques, J. L., & Baltus, P. (2022). Trends of active learning in higher education and students' well-being: A literature review. *Frontiers in Psychology*, 13, 844236.

05

Inovação Pedagógica no Ensino da História da Enfermagem: Uma Experiência com Storytelling Digital

Integrating Eco-Design and Eco-Efficiency in Engineering Education: A Project-Based Learning Approach with Multidimensional Assessment

Aprendizagem Ativa, Autêntica e Inclusiva em Marketing de Serviços e B2B

Representação tridimensional no desenho: uma abordagem pedagógica dinâmica e colaborativa

Para Além do Contexto Clínico: Uma experiência de Aprendizagem-Serviço entre Enfermagem de Saúde Mental e Educação Básica (Projeto LINK-UA)

Aprendizagem centrada no estudante com Padlet e Kahoot: Ensaio na U.C. de Direito e Ética na Cibersegurança