

MÓDULO 4

METODOLOGIAS EDUCATIVAS: SEJA UM PROTAGONISTA NA PANDEMIA DE FORMA SEGURA #EMCASA

ESTRATÉGIAS PARA DESENVOLVER CONTEÚDO CIENTÍFICO PARA DISSEMINAÇÃO ONLINE



CONCEITOS-CHAVE:

O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA COMEÇAR A PLANEJAR UM CONTEÚDO

O marketing envolve a **identificação** e a satisfação das necessidades humanas e sociais, sendo definido de uma maneira simplista pelo autor, como uma forma de suprir necessidades lucrativamente. E ainda, o marketing em uma definição social pode ser entendido como um processo social pelo qual os grupos e indivíduos têm necessidades e anseiam por meio da criação da oferta e troca de produtos e **serviços de valor** com outros. (Kotler e Keller, 2006)

“Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às **relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores**, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade” (CASAS, 2007 p.15)

Segundo Peter (2000, p.4) o “marketing **é o processo de planejar e executar** a definição do preço, promoção, distribuição de ideias, bens e serviços com o intuito de criar trocas que atendam metas individuais e organizacionais”



CONCEITOS-CHAVE:

O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA COMEÇAR A PLANEJAR UM CONTEÚDO

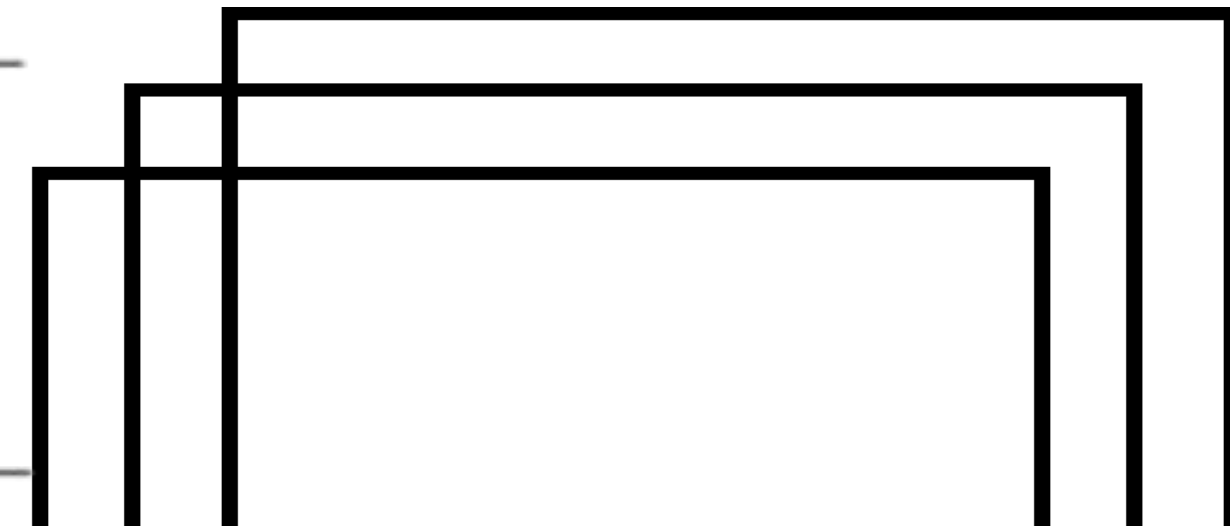
- **Público-Alvo** são aqueles para os quais você deve direcionar seus esforços em ações de marketing, trata-se de um grupo específico, pois elas são as pessoas mais interessadas nos seus produtos, conteúdo ou serviços.
- **Personas** são representações fictícias do seus clientes ideais. Elas são baseadas em dados reais sobre as características demográficas e comportamento dos seus clientes, assim como uma criação de suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações.



CONCEITOS-CHAVE:

O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA COMEÇAR A PLANEJAR UM CONTEÚDO

- **Tecnologias Educacionais:** A Tecnologia Educacional é um conceito que diz respeito à utilização de recursos tecnológicos para fins pedagógicos. Seu objetivo é trazer para a educação – seja dentro ou fora de sala de aula – práticas inovadoras, que facilitem e potencializem o processo de ensino e aprendizagem.
- **Metodologias Ativas:** A Metodologia Ativa (MA) tem uma concepção de educação crítico-reflexiva com base em estímulo no processo ensino-aprendizagem, resultando em envolvimento por parte do educando na busca pelo conhecimento.
- **Marketing de Conteúdo:** “Em poucas palavras, marketing de conteúdo é uma abordagem de marketing que envolve criar, selecionar, distribuir e ampliar conteúdo que seja interessante, relevante e útil para um público claramente definido com o objetivo de gerar conversas sobre esse conteúdo.”



BLOCO DE PERGUNTAS



DESENHANDO UMA ESTRATÉGIA DE IMPACTO

- 1 *Planeje-se*
- 2 *Ajuste a linguagem*
- 3 *Escolha o local ideal*
- 4 *Preze pela segurança*
- 5 *Compartilhe com todo mundo*



REDES SOCIAIS



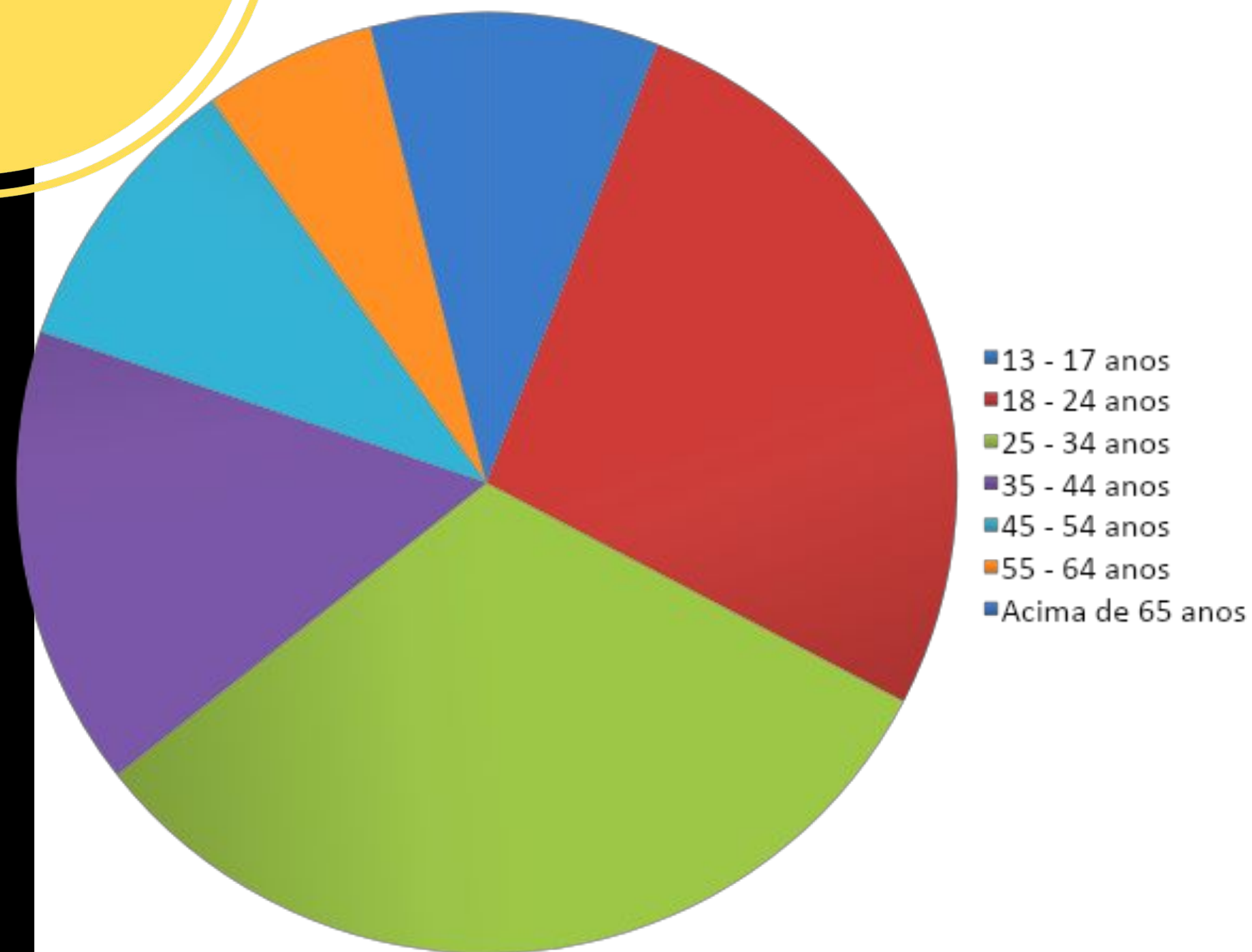
1. Qual Escolher? Depende!

2. Qual o tipo de conteúdo adequado?

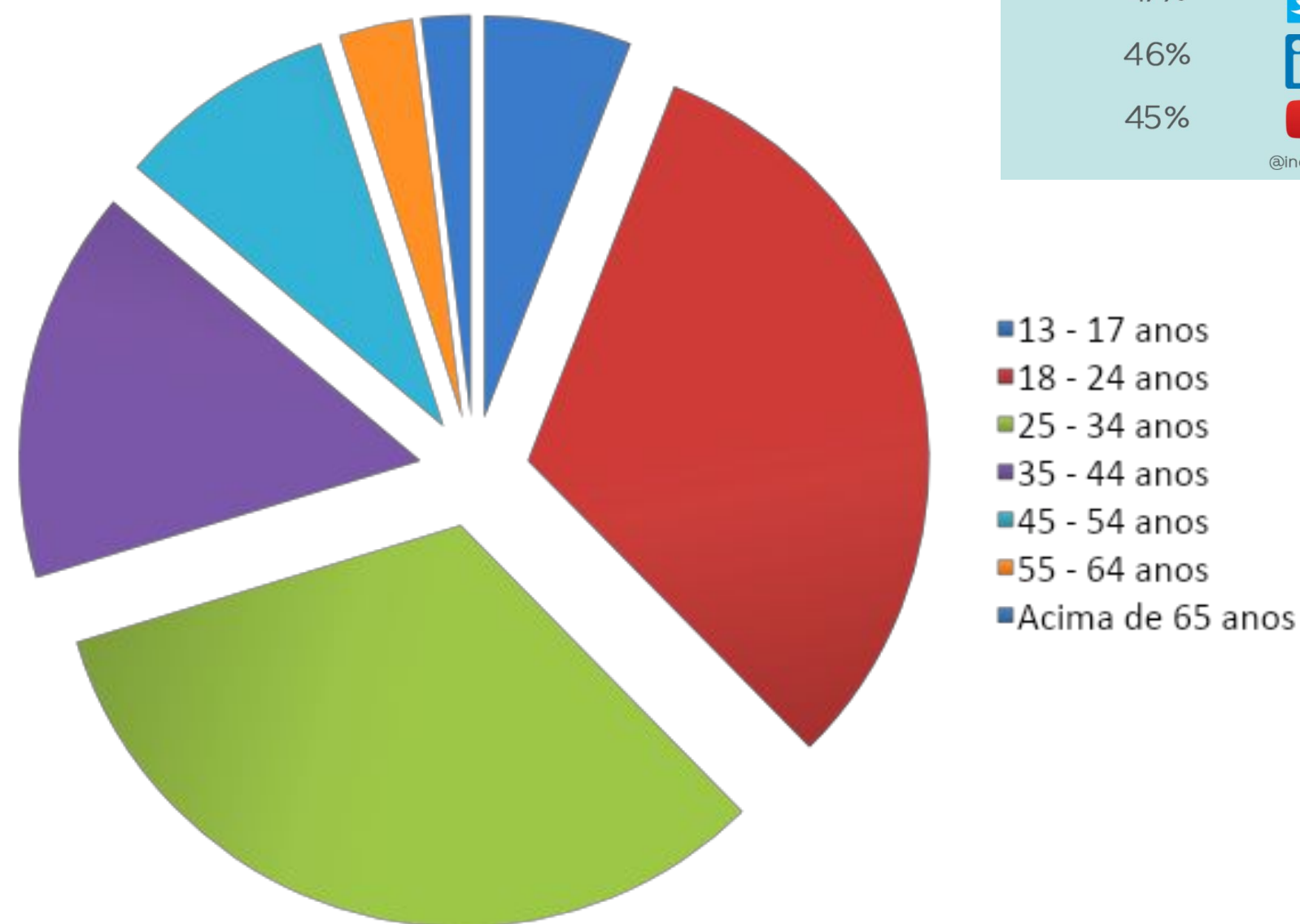
3. Obtenha engajamento.

REDES SOCIAIS

Quem são os usuários do Facebook?



Quem são os usuário do Instagram?



PERFIL DOS USUÁRIOS

70%	30%
70%	30%
60%	40%
58%	42%
52%	48%
47%	53%
46%	54%
45%	55%

@inovag.on

Fonte:

Global Digital Report-2019, disponível em: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>;

Digital 2019 Brazil, disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil>

BABY BOOMERS (1945 -1964)

Atualmente, os boomers ocupam o último lugar em quase todas as categorias e métricas quando se trata de tecnologia e uso de mídia social. Essa geração não cresceu inundada de tecnologia da maneira que os jovens de hoje são.

No entanto, os boomers estão mostrando o maior aumento de atividade nas plataformas de mídia social. Por exemplo, o uso do Instagram e do WhatsApp aumentou 59% e 44%, respectivamente, para este grupo desde 2016, o que é mais que o dobro da média global.

GERAÇÃO X (1965 – 1984)

Também conhecido como 'MTV Generation', o grupo Gen X foi a última geração a crescer antes que a Internet realmente decolasse. Os primeiros anos desse grupo foram marcados por uma explosão de novas tecnologias, de telefones sem fio a computadores pessoais.

Em média, a geração X gasta quase duas horas nas mídias sociais por dia - menos que a geração Y e a geração Z, mas mais que a geração Boomers.

GERAÇÃO Y ou MILLENNIALS (1985 – 1999)

Talvez surpreendentemente, a geração do milênio mostre uma desaceleração no tempo gasto nas mídias sociais. Essa tendência aponta para os Millennials que procuram experiências da vida real e um melhor envolvimento das marcas com as quais interagem on-line, em vez de rolagem passiva.

Outros fatores também desempenham um papel nessa evolução - quase 50% dos millennials admitem que suas atividades nas mídias sociais fizeram com que gastassem demais para impressionar suas redes.

GERAÇÃO Z (a partir de 2000)

A geração Z é o primeiro grupo da história que nunca conheceu um mundo sem a Internet. Imerso no mundo on-line desde o nascimento, o Gen Z supera a geração do milênio nas atividades diárias nas mídias sociais, com 2 horas e 55 minutos gastos por dia.

Os Geradores Z da América do Norte, América Latina e Europa lideram o número de contas sociais que estão usando ativamente. Muitos também estão se afastando de plataformas como o Facebook, em favor de sites com muitos recursos multimídia, como YouTube e Instagram.

EDUCAÇÃO EM SAÚDE

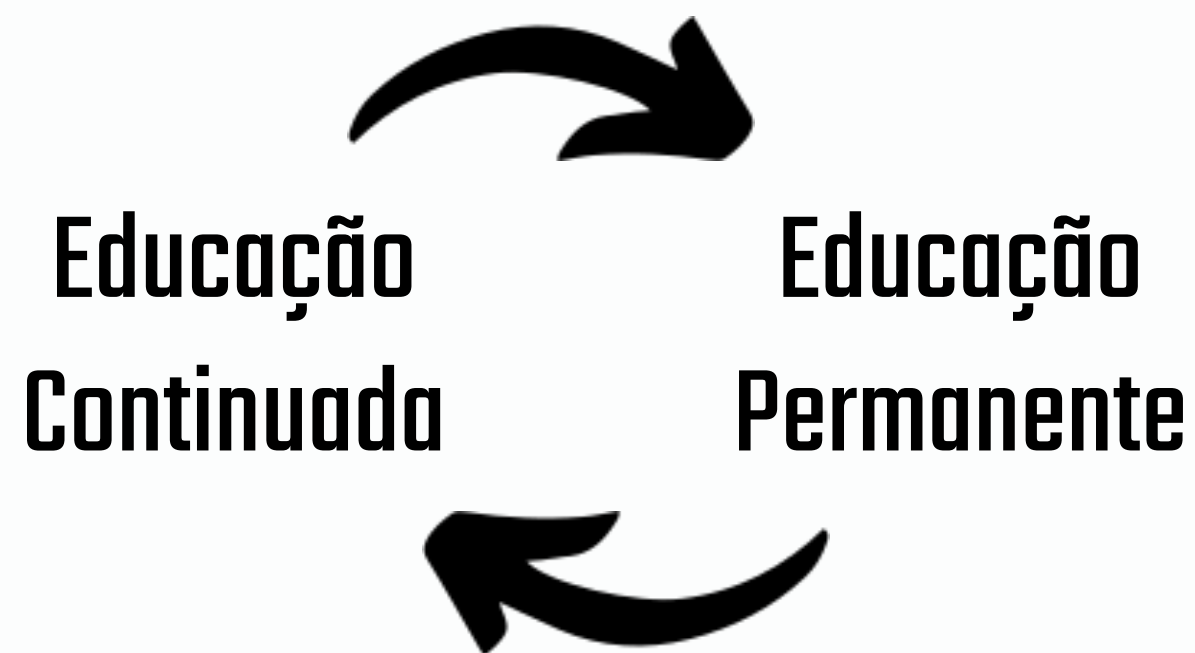
O Ministério da Saúde define educação em saúde como: Processo educativo de construção de conhecimentos em saúde que visa à apropriação temática pela população [...]. Conjunto de práticas do setor que contribui para aumentar a autonomia das pessoas no seu cuidado e no debate com os profissionais e os gestores a fim de alcançar uma atenção de saúde de acordo com suas necessidades.



Fonte: FALKENBERG, Mirian Benites et al . Educação em saúde e educação na saúde: conceitos e implicações para a saúde coletiva. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro , v. 19, n. 3, p. 847-852, .

EDUCAÇÃO NA SAÚDE

Educação na saúde, de acordo com o glossário eletrônico da BVS, consiste na produção e sistematização de conhecimentos relativos à formação e ao desenvolvimento para a atuação em saúde, envolvendo práticas de ensino, diretrizes didáticas e orientação curricular. (FALKENBERG, 2014)



BLOCO DE PERGUNTAS



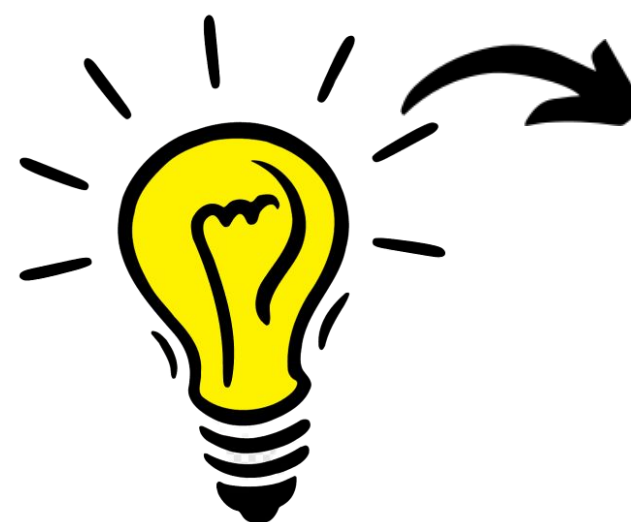
FONTES SEGURAS DE INFORMAÇÃO

ESSE É O SEGREDO DA CREDIBILIDADE!

Agências e Sites de Checagem. **Você conhece?**

Sempre que estiver na dúvida sobre um conteúdo, uma notícia, busque confirmação:

- E-farsas
- Boatos.org
- Aos fatos
- Checagem da AFP



DICA: A Fiocruz disponibilizou em suas redes sociais uma aba nova como incentivo ao combate às fake news. Vale a pena conferir!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FALKENBERG, Mirian Benites et al . Educação em saúde e educação na saúde: conceitos e implicações para a saúde coletiva. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro , v. 19, n. 3, p. 847-852, Mar. 2014 .
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: moving from traditional to digital. New Jersey: Wiley, 2016.
- Brasil. Ministério da Saúde (MS). Secretaria de Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde. Departamento de Gestão e da Regulação do Trabalho em Saúde. Câmara de Regulação do Trabalho em Saúde. Brasília: MS; 2006.
- Brasil. Ministério da Saúde (MS). Secretaria-Executiva. Secretaria de Gestão do Trabalho e da Educação na Saúde. Glossário temático: gestão do trabalho e da educação na saúde. Brasília: Editora do Ministério da Saúde; 2009. (Série A. Normas e Manuais Técnicos).
- CASAS, A. L. L., Marketing de serviços. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2007, 257p.
- KOTLER, P. KELLER, K. L., Administração de marketing. 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006. 750p.
- PETER, J. P. JR, G. A. C., Marketing, Criando valor para os clientes. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2000. 626 p
- Lugli, Daniele M.; Koteski, Maria Bernadeth Ferraz; "O uso da ferramenta canvas na construção de projetos de pesquisa", p. 244-254 . In: Anais do V Simpósio sobre o Livro Didático de Língua Materna e Língua Estrangeira & do IV Simpósio sobre Materiais e Recursos Didáticos [=Blucher Design Proceedings, v.2, n.6]. São Paulo: Blucher, 2016.



ACHOU QUE TINHA ACABADO?

UMA PROPOSTA E UM PRESENTE!

