

Gestão Estratégica: Projeto Instagram do Curso de Administração da Universidade de Pernambuco - Campus Caruaru

Letícia Anadias, Luciana Rodrigues, Mabsaily Sousa, Vitor Gabriel, Wisley Melo, Bianca Gabriely Ferreira Silva

Universidade de Pernambuco – Campus Caruaru
Rodovia BR 104, KM 55 - Eventos (Polo comercial - Nova Caruaru, PE, 55002-917
{leticia.anadias, luciana.almeidar, mabsaily.oliveira, vitorgabcampos90, wisley.melo, bianca.ferreirasilva}@upe.br

Resumo. *O projeto foi desenvolvido com o objetivo de identificar os benefícios de uma conta no Instagram dedicada ao curso de Administração da UPE. Gerenciando essa conta, a universidade pode promover suas realizações, como pesquisas inovadoras, conquistas acadêmicas e eventos culturais e esportivos, para um público mais amplo. Isso aumenta a visibilidade da UPE e promove uma interação mais direta com os alunos e a comunidade.*

Palavras-chave: *instagram, projeto, digital*

1. Introdução

O contexto para a criação do projeto surgiu da crescente importância das mídias sociais na comunicação de instituições educacionais. O Instagram, devido à sua popularidade entre os jovens e sua flexibilidade para diversos formatos de conteúdo, foi escolhido como a plataforma ideal para alcançar o público-alvo, que inclui a maior parte do corpo discente da universidade. Através de postagens no feed e stories, foram disseminadas informações sobre eventos acadêmicos, oportunidades de estágio e bolsas, além de conteúdo descontraído e educacional que ajudou a orientar os alunos e promover a interação. Por meio dessa conta, foram realizadas diversas postagens tanto no feed quanto nos stories, disseminando informações pertinentes, tais como eventos acadêmicos, palestras, oportunidades de estágio e bolsas de estudo, mas também fizemos a criação de publicações dinâmicas para descontrair. Além disso, foram gravados conteúdos educativos que orientam sobre a melhor forma de chegar ao campus. A iniciativa também promoveu uma maior participação dos estudantes universitários na plataforma, possibilitando uma comunicação mais eficaz entre a instituição e seu corpo discente.

A relevância do tema baseia-se na necessidade das instituições de ensino se adaptarem às novas formas de comunicação proporcionadas pelas mídias digitais. Com este projeto, a UPE fortaleceu sua presença digital, fomentando um ambiente acadêmico mais integrado e engajado.

2. Fundamentação

A integração das mídias sociais com a educação é um fator crucial na comunicação moderna. Estudos, como o artigo "Instagram no Processo de Engajamento das Práticas Educacionais" (Revista Científica da FASETE, 2018), destacam que as tecnologias digitais afetam o comportamento e a forma como os alunos percebem a educação. Segundo Kaplan e Haenlein (2010), ter uma presença nas redes sociais é essencial para

empresas e instituições, e a ausência pode ser percebida como um distanciamento das expectativas contemporâneas.

No contexto da UPE, a criação de uma conta no Instagram trouxe benefícios como o aumento da visibilidade, fortalecimento da marca e engajamento direto com os alunos. Relatórios como o "Digital Global Overview Report" apontam que os brasileiros passam em média 5 horas e 28 minutos por dia na internet, e uma presença ativa nas mídias sociais oferece vantagens institucionais, como maior alcance e interação. Além disso, as mídias sociais permitem uma comunicação direta e acessível com o público a baixo custo. Este projeto demonstrou que o uso de plataformas como o Instagram é altamente eficaz para alcançar os alunos, engajá-los nas atividades acadêmicas e promover eventos e palestras de forma criativa e dinâmica. O Instagram destacou-se como uma ferramenta poderosa para integrar diferentes formatos de conteúdo, atraindo especialmente o público jovem.

É muito importante que a rede educacional esteja relacionada às mídias sociais, nesse caso elas conectam a universidade aos estudantes e a sociedade, e isso só vem crescendo com o avanço das tecnologias digitais, é uma forma nova de comunicação e interação. Segundo artigo "O Instagram no Processo de Engajamento nas Práticas Educacionais" lançado na Revista Científica da FASETE em 2018 o fato de vivenciarmos uma era em que as tecnologias digitais de informação e comunicação produzem alterações comportamentais, principalmente no aspecto comunicacional pois influencia o que o estudante pensa sobre a educação, as escolas e a importância do ensino acadêmico.

As Mídias Sociais permitem que as entidades estejam em contato direto com um grande número de pessoas a um custo relativamente baixo trazendo mais eficiência que outros meios de comunicação, e ajudam a fortalecer a visibilidade institucional através da interação nas postagens, participação em eventos e feedback positivo, elementos cruciais para a construção de uma identidade institucional robusta e o engajamento dos estudantes nas atividades acadêmicas é fundamental para o sucesso educacional e a utilização de plataformas digitais envolve mais os estudantes, como descrito em artigo de Reynol Junco em 2012 e o Instagram é eficaz para atingir esse objetivo por ter grande popularidade entre os jovens e poder integrar diversos formatos de conteúdo, como fotos, vídeos, reels e stories com muita capacidade de criatividade e interação.

Adotar mídias sociais nas instituições de ensino superior é muito positivo na melhoria da comunicação interna e externa e conteúdos atraentes e relevantes trouxeram engajamento e interação nas redes sociais, o que não havia em grande quantidade antes do projeto de extensão com tanto valor percebido, a UPE Caruaru é referência na região em seus cursos e o Instagram trouxe ainda mais posicionamento para a mesma.

3. Resumo das Atividades

As atividades realizadas no Instagram da UPE incluíram a criação de postagens informativas e dinâmicas, como reels e stories, sobre diversos temas relacionados ao curso de Administração. A estratégia focou na promoção de atividades e eventos acadêmicos, além de fornecer informações sobre oportunidades de estágio, palestras e workshops.

Entre os conteúdos mais populares estavam vídeos educativos, como um reel explicativo sobre as rotas para chegar ao campus, além de jogos e momentos descontraídos que ajudaram a humanizar a comunicação da universidade. O aumento da

visibilidade e do engajamento foi evidente, tanto entre os alunos quanto nas interações com professores e outros membros da comunidade acadêmica.

Outras atividades incluíram a organização de palestras e eventos voltados para o desenvolvimento profissional dos alunos. Esses eventos promoveram o networking entre os estudantes e proporcionaram oportunidades de aprendizado fora da sala de aula. A promoção desses eventos por meio do Instagram foi essencial para o sucesso das iniciativas.

4. Objetivos

Os principais objetivos do projeto foram:

- **Engajamento e Informação:** Criar um canal eficaz para informar os alunos sobre oportunidades acadêmicas e de estágio, eventos e novidades.
- **Reconhecimento dos Alunos:** Destacar as conquistas e contribuições dos estudantes por meio de postagens sobre atividades acadêmicas e extracurriculares.
- **Integração e Promoção:** Facilitar a comunicação entre alunos, professores e a comunidade acadêmica, promovendo eventos e palestras educativas.

As etapas incluíram a identificação das necessidades dos alunos, produção de conteúdo relevante, organização de eventos e monitoramento das métricas de engajamento.

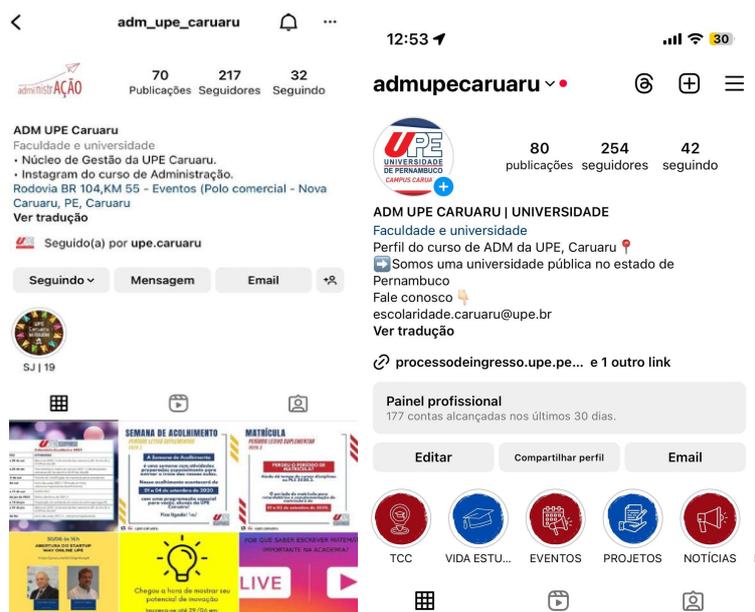
5. Público-alvo

O público-alvo incluía alunos da UPE, professores do campus e potenciais novos estudantes. O projeto conseguiu engajar um grande número de seguidores no Instagram, crescendo de 217 para 306 seguidores em dois meses (um aumento de 18,6%). A maioria dos seguidores residia em Caruaru-PE, e a faixa etária predominante era de 25 a 34 anos. As estratégias de engajamento foram constantemente otimizadas com base nos dados demográficos e nas métricas.

6. Conclusão

O projeto demonstrou que o Instagram é uma ferramenta eficaz para fortalecer a comunicação entre a UPE e sua comunidade acadêmica. O crescimento no número de seguidores e o aumento do engajamento destacaram a relevância de manter uma presença ativa nas redes sociais. O sucesso do projeto reforçou a importância do planejamento contínuo e da inovação nas estratégias de conteúdo.

Ao final, a conta no Instagram do curso de Administração da UPE não só ampliou a visibilidade do curso, mas também se estabeleceu como um canal essencial de comunicação, promovendo o engajamento dos estudantes e fortalecendo a identidade da instituição.



7. Referências

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14ª ed. São Paulo: Pearson, 2012.

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod_resource/content/0/Administrac%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2015%20Edic%C3%A7%C3%A3o_compressed.pdf

RIBEIRO, Pedro. A importância das mídias sociais no ensino superior. Revista de Marketing e Educação, Rio de Janeiro, v. 12, n. 4, p. 34-50, out./dez. 2019.

<https://rebena.emnuvens.com.br/revista/article/view/219>

ALMEIDA, Laura. A influência do Instagram na promoção de eventos universitários. 2022. 80 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022.

<https://www.redalyc.org/journal/5141/514174720066/html/>

Instagram no Processo de Engajamento das Práticas Educacionais: As dinâmicas de socialização no ensino e aprendizagem.

https://www.unirios.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/19/o_instagram_no_processo_de_engajamento_das_praticas_educacionais.pdf

Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681309001232>

Qual é a importância das redes sociais para as empresas?

<https://www.zendesk.com.br/blog/qual-a-importancia-das-redes-sociais-para-as-empresas/>

Relatório Especial - Digital 2023, seu guia definitivo para o mundo digital em evolução.

<https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/digital-2023/>

A relação entre a frequência de uso do Facebook, participação nas atividades do Facebook e engajamento estudantil.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S036013151100182>