

MONITORIA E MARKETING DIGITAL: EXPERIÊNCIAS COM CRIAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE SERVIÇOS ESTÉTICOS

Beatriz de Sousa Freitas Lima

Centro Universitário Fametro (Unifametro)

Belizmakeup@gmail.com

Larissa Thais Dantas

Centro Universitário Fametro (Unifametro)

larissa.dantas@professor.unifametro.edu.br

Área Temática: Negócios e Marketing.

Área de Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas.

Encontro Científico: Conexão Unifametro 2025.

Introdução:

O marketing digital tem se consolidado como uma das principais ferramentas de fortalecimento de marcas e atração de clientes em diversos setores. De acordo com Kotler e Keller (2018), o marketing digital representa um campo em constante expansão, capaz de conectar empresas e consumidores de forma direta e estratégica. No Brasil, o setor da estética encontra nesse recurso um espaço de crescimento promissor, já que a beleza e o bem-estar são áreas que movimentam a economia e despertam grande interesse do público.

A vivência prática proporcionada pela monitoria universitária possibilita uma formação diferenciada, pois amplia a visão do discente, promovendo não apenas a troca de conhecimento com professores e colegas, mas também o desenvolvimento de habilidades aplicáveis ao mercado de trabalho. Nesse cenário, a criação de conteúdos digitais voltados para serviços estéticos se torna uma oportunidade concreta de aplicar estratégias de marketing digital, agregando valor à formação acadêmica e à futura atuação profissional.

Assim, este trabalho tem como objetivo relatar a experiência da monitoria em Negócios e Marketing na Estética, explorando o processo de criação de conteúdo para divulgação de serviços estéticos e destacando sua relevância para a construção do conhecimento acadêmico e preparação para o mercado.

Objetivo:

Relatar as experiências desenvolvidas em monitoria com foco na aplicação de estratégias de marketing digital para a criação e divulgação de serviços estéticos, destacando seu impacto na promoção e visibilidade da área.

Metodologia:

A prática se inspirou em estudos que destacam a relevância das redes sociais como estratégia de marketing digital (Kotler & Keller, 2018; Ryan, 2016; Torres, 2009). Sob orientação da docente responsável pela disciplina, a monitoria possibilitou aplicar conceitos aprendidos em sala de forma prática, favorecendo tanto o crescimento acadêmico quanto o desenvolvimento profissional.

As ações incluíram elaboração de conteúdos digitais em diferentes formatos como: relatos de experiências, vídeos, fotografias e materiais com gatilhos mentais voltados para despertar o interesse de alunos e potenciais clientes. Uma das principais frentes de atuação foi a gestão de publicações no perfil institucional da Unifametro, apresentando atividades das turmas e divulgando cursos, ampliando a visibilidade da graduação em Estética e Cosmética.

Em paralelo, foram desenvolvidas estratégias aplicadas à realidade profissional da autora, como a divulgação de serviços de maquiagem em stories, feed e outros recursos digitais. Essa prática favoreceu o engajamento e o posicionamento de marca pessoal, integrando experiências acadêmicas e profissionais.

Resultados e Discussões:

Os resultados da monitoria revelaram impactos significativos na formação acadêmica e na trajetória profissional. A vivência contribuiu para o desenvolvimento de competências digitais, permitindo transformar a prática em uma fonte de remuneração constante e ampliar perspectivas no mercado de estética.

Observou-se também que a aplicação prática de conceitos de marketing digital possibilitou a criação de estratégias efetivas de divulgação. Outro destaque foi a aproximação com o público-alvo: parte dos clientes atuais surgiu a partir de vínculos estabelecidos durante a monitoria, evidenciando credibilidade e autoridade profissional (Ryan, 2016; Torres, 2009).

A experiência ainda gerou novos desdobramentos, como a oferta de mentorias para iniciantes em marketing digital e o acompanhamento de alunos com dificuldades em estratégias de divulgação. Assim, a monitoria se mostrou um espaço de aprendizagem ativa, capaz de integrar teoria e prática, além de favorecer o crescimento pessoal e profissional do monitor.

Considerações finais:

Conclui-se que a monitoria representa uma prática de grande relevância acadêmica, pois permite vivenciar de forma concreta a integração entre teoria e prática. Quando associada ao marketing digital, amplia ainda mais seu impacto, explorando estratégias de divulgação de serviços estéticos de forma inovadora, lucrativa e alinhada às demandas do mercado.

Palavras-chave: Marketing digital; Monitoria acadêmica; Estética e cosmética; serviços estéticos; Criação de conteúdo digital.

Referências:

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

RYAN, D. Marketing Digital: Estratégia, Implementação e Prática. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

TORRES, C. A Bíblia do Marketing Digital. São Paulo: Novatec, 2009.