**DIREÇÃO DE MARKETING NA LIGA ACADÊMICA DE DIAGNÓSTICO ORAL E MAXILOFACIAL: RELATO DE EXPERIÊNCIA**

¹ Luisa Lousada Santos; ² Lioney Nobre Cabral.

1 Graduanda em Odontologia pela Universidade do Estado do Amazonas – UEA; 2 Doutor em Biotecnologia pela Universidade Federal do Amazonas – UFAM.

**Área temática:** Estomatologia, Patologia Bucal

**Modalidade:** RELATO DE EXPERIÊNCIA

**E-mail dos autores:** [lls.odo20@uea.edu.br](mailto:xxxxxx@gmail.com) ¹; lcabral@uea.edu.br ²

# RESUMO

Dentro do princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, as ligas acadêmicas surgem como a prática da extensão nas universidades, sendo formadas por grupos de estudantes, sob a supervisão de professores, com caráter extracurricular e englobando ações teórico-práticas. A Liga Acadêmica de Diagnóstico Oral e Maxilofacial (LADO) foi fundada em 2012, sob orientação do Prof. Dr. Lioney Nobre Cabral, e é composta por acadêmicos de Odontologia da cidade de Manaus, com sede na Escola Superior de Ciências da Saúde da Universidade do Estado do Amazonas (ESA/UEA). Diante do advento da internet e a popularização das redes sociais, cresce a busca por novas formas de promoção de imagem e serviços. Nesse contexto, o marketing digital não apenas facilita a comunicação, mas permite a construção de uma presença online sólida, aumentando visibilidade e credibilidade. Relatar a experiência da diretora de marketing da LADO, destacando a importância do cargo, tanto dentro da liga quanto no desenvolvimento pessoal e profissional da ligante. Trata-se de um relato descritivo, de experiência, a respeito das vivências da acadêmica de Odontologia e ligante da LADO atuando como diretora de marketing. As atividades exercidas incluem: postagem dos plantões realizados, compartilhando as vivências oferecidas pela liga; apresentação da liga em eventos, como a recepção dos calouros; criação da identidade visual e divulgação de posts sobre eventos realizados pela liga, através de plataformas como Canva e Instagram, respectivamente; contactar empresas e instituições externas para estabelecer parcerias que invistam nesses eventos; formatação de documentos oficiais, como o Edital de Seleção de Ligantes, e produção de materiais gráficos, como banners e adesivos. A vivência como diretora de marketing mostra-se enriquecedora e transformadora, pois possibilita a compreensão da importância do marketing e da comunicação através da prática, além da aquisição de novos conhecimentos e habilidades, como a organização de eventos e a negociação.

**Palavras-chave:** Marketing, Empreendedorismo, Odontologia.

# REFERÊNCIAS:

1. Peraro AJS, Réa EM, Silva MF, Oliveira JJA. A indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão na pós-graduação: vivência no grupo de pesquisa PRAPES – UNESP/Franca. Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social.

2. Silva SA da, Flores O. Ligas Acadêmicas no Processo de Formação dos Estudantes. Rev Bras Educ Med. Setembro de 2015;39(3):410–7.

3. Monteiro LLF, Cunha MS, Oliveira WL, Bandeira NG, Menezes JV. Ligas acadêmicas: o que há de positivo? Experiência de implantação da Liga Baiana de Cirurgia Plástica. Rev. Bras. Cir. Plást.2008;23(3):158-161.

4. De Sousa GC, De Almeida VC, De Lima TB, Pinheiro SS. Marketing digital na odontologia: Impactos e desafios. Revista Sistemática. 4 de julho de 2024;14(3):536–41.

5. Bahabri RH, Zaidan AB. The impact of social media on dental practice promotion and professionalism amongst general dental practitioners and specialists in KSA. J Taibah Univ Med Sci. 1o de junho de 2021;16(3):456–60.