A ERA DO MOVIMENTO DE MARCAS: EXPERIÊNCIAS NA MONITORIA DE NEGÓCIOS E MARKETING NA ESTÉTICA

Priscila do Nascimento Costa
Monitora bolsista – Estética e Cosmética
priscila.costa02@aluno.unifametro.edu.br

Larissa Thais Dantas
Docente – Estética e Cosmética
larissa.dantas@professor.unifametro.edu.br

Área Temática: Ensino, Pesquisa e Extensão em Educação.
Área de Conhecimento: Ciências da Saúde
Encontro Científico: Monitoria.

RESUMO

Este relato tem como propósito compartilhar a vivência da discente no exercício da monitoria da disciplina "Negócios e Marketing na Estética", evidenciando como essa experiência favoreceu uma compreensão ampliada sobre a importância do marketing no cenário atual, marcado pela valorização da identidade de marca. Além disso, destaca-se como a monitoria contribuiu de forma significativa para seu desenvolvimento acadêmico, interpessoal e profissional.

A atuação da discente como monitora envolveu o acompanhamento das aulas teóricas e práticas, apoio às atividades didáticas e participação em discussões com alunas sobre temas como construção de marca, estratégias de divulgação e posicionamento no mercado da estética. Também foram promovidas conversas informais com alunas iniciantes na área, com foco na importância do marketing digital e da identidade visual.

A monitoria permitiu observar o interesse crescente das estudantes pelos aspectos de gestão e comunicação voltados ao público da estética. Foi possível perceber que muitas alunas não tinham clareza sobre o papel estratégico do marketing em seus futuros negócios, o que tornou a troca de experiências ainda mais rica. Através da monitoria, a discente pôde reforçar a importância da construção de marca como ferramenta de diferenciação e fidelização de clientes.

A vivência como monitora proporcionou um aprendizado significativo, não apenas no aprofundamento do conteúdo da disciplina, mas também no desenvolvimento de habilidades

interpessoais e de liderança. Além disso, destacou o potencial transformador do marketing na estética, especialmente para empreendedoras em início de carreira, reforçando a relevância do tema na formação profissional.

Palavras-chave: Marketing; Estética; Empreendedorismo; Monitoria; Formação profissional.

INTRODUÇÃO

O marketing tem se mostrado uma ferramenta indispensável para profissionais da estética, sobretudo em um cenário de crescente competitividade e presença digital. O mercado estético brasileiro é um dos que mais cresce no mundo, impulsionando o surgimento de empreendedoras autônomas que, muitas vezes, iniciam suas atividades com pouco ou nenhum conhecimento sobre estratégias de marca e comunicação com o público (KOTLER; KELLER, 2012). Nesse contexto, o domínio de fundamentos de marketing, como posicionamento, identidade visual e fidelização, torna-se essencial para a construção de um negócio sólido e atrativo.

A disciplina de “Negócios e Marketing na Estética” surge, então, como um espaço fundamental na formação de estudantes que desejam empreender na área, contribuindo para uma visão ampliada do mercado e da gestão de imagem profissional. A monitoria acadêmica, por sua vez, além de aprofundar o aprendizado da discente, oferece oportunidades de mediação do conhecimento, incentivando o diálogo com colegas e promovendo reflexões práticas sobre os conteúdos abordados (BRASIL, 2002).

A relevância deste estudo está na análise da monitoria como instrumento de formação profissional e na valorização do marketing como ferramenta estratégica para mulheres empreendedoras na estética. Assim, este trabalho tem como objetivo relatar a experiência da discente como monitora da disciplina de “Negócios e Marketing na Estética”, destacando os impactos da vivência acadêmica e prática na construção de saberes profissionais e no estímulo ao empreendedorismo feminino.

METODOLOGIA

Este estudo configura-se como um relato de experiência, de natureza qualitativa e caráter descritivo, cujo objetivo é refletir sobre a atuação da discente como monitora da disciplina “Negócios e Marketing na Estética” durante um semestre letivo em curso de graduação de Estética e Cosmética. A escolha do relato de experiência permite o

aprofundamento na descrição e análise da vivência prática da monitora, considerando sua interação com o corpo docente, as alunas e os conteúdos abordados na disciplina.

A metodologia adotada baseou-se na observação participante, na qual a discente monitorou as atividades acadêmicas, auxiliou na organização e realização das aulas, além de apoiar as alunas na compreensão dos conteúdos teóricos e práticos relacionados ao marketing aplicado ao setor da estética. Também foram realizadas conversas informais com as alunas, especialmente aquelas interessadas em empreender na área, com o objetivo de fomentar discussões sobre a importância da construção de marca, identidade visual e estratégias de comunicação.

Para a análise do material e das experiências vivenciadas, foram utilizadas reflexões pessoais da discente, que buscou relacionar a prática da monitoria com os conceitos estudados em sala de aula, enfatizando o desenvolvimento de competências acadêmicas, profissionais e interpessoais. Como não houve aplicação de instrumentos formais de coleta de dados, nem envolvimento direto de sujeitos em pesquisa com procedimentos sistematizados, o trabalho não demandou submissão e aprovação por Comitê de Ética em Pesquisa, conforme as diretrizes vigentes.

Dessa forma, a metodologia adotada possibilitou um olhar reflexivo e aprofundado sobre a importância da monitoria na formação da discente e na disseminação do conhecimento em marketing para futuras empreendedoras da área estética.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A experiência da monitoria na disciplina “Negócios e Marketing na Estética” evidenciou um crescente interesse das alunas pelos conceitos de marketing aplicados ao empreendedorismo na área estética. Observou-se que muitas estudantes iniciantes apresentavam dificuldades em compreender a importância estratégica da construção de marca e do marketing digital para a atração e fidelização de clientes. Durante o acompanhamento das aulas e nas interações informais, foi possível perceber que o apoio e a mediação do conhecimento contribuíram para o despertar da consciência sobre a relevância do marketing como ferramenta fundamental para o sucesso profissional. Além disso, a discente percebeu o desenvolvimento de suas próprias habilidades comunicativas e de liderança, essenciais para sua formação acadêmica e futura atuação profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vivência como monitora da disciplina “Negócios e Marketing na Estética” foi uma experiência enriquecedora que proporcionou o aprofundamento teórico e prático da discente, ao mesmo tempo em que estimulou o diálogo e o compartilhamento de saberes com as alunas.

O trabalho destacou a importância do marketing como instrumento transformador para empreendedoras da área estética, especialmente aquelas que estão iniciando seus negócios e buscam consolidar sua marca no mercado.

Ademais, a monitoria contribuiu significativamente para o desenvolvimento de competências interpessoais, de comunicação e organização, reforçando sua relevância na formação profissional. Assim, esta experiência evidencia a importância de inserir práticas como a monitoria no processo educativo, ampliando o aprendizado e preparando os futuros profissionais para os desafios do mercado contemporâneo.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Superior. *Diretrizes para a implementação de monitoria acadêmica*. Brasília: MEC, 2002.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

MALHOTRA, Naresh K. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 7. ed. Harlow: Pearson, 2019.