

CURSO DE GESTÃO DE MARCAS: DECOLA NEGÓCIOS<sup>1</sup>  
BRAND MANAGEMENT COURSE: DECOLA BUSINESS COURSE  
GESTIÓN DE MARCA: NEGOCIO DECOLA

ODS<sup>2</sup>: Trabalho Decente e Crescimento Econômico; Indústria, Inovação e Infraestrutura; Educação de Qualidade

João Paulo Marinho Santos <https://orcid.org/0009-0007-1729-5369>  <sup>3</sup>

Alberto Wagner Barbosa de Melo <https://orcid.org/0009-0001-5889-7186>  <sup>4</sup>

João Gaudêncio Soares Costa <https://orcid.org/0009-0006-0038-0420>  <sup>5</sup>

João Pedro Silva Calumby Pereira <https://orcid.org/0009-0008-9243-9008>  <sup>6</sup>

Jario José dos Santos Junior <https://orcid.org/0000-0001-5149-9305>  <sup>7</sup>

**Resumo:** O Decola Negócios apresenta uma didática cuidadosamente elaborada, com o objetivo de capacitar e apoiar o desenvolvimento de pequenos empreendedores. Além desse propósito principal, também introduzimos a proposta do nosso projeto, estruturado como um curso online. O curso foi dividido em tópicos que orientam o empreendedor em seus primeiros passos no mundo dos negócios, permitindo que ele compreenda e aplique táticas e estratégias para fortalecer sua marca. Dessa forma, busca-se impulsionar o crescimento corporativo, aumentar a receita financeira e promover a fidelização de clientes. **Palavras-chave:** Decola Negócios; Introdução ao empreendedorismo; Capacitação; Crescimento.

**Abstract:** Decola Negócios presents a carefully designed approach aimed at training and supporting the development of small entrepreneurs. In addition to this main objective, we also introduce our project proposal, structured as an online course. The course is divided into topics that guide entrepreneurs in their first steps in the business world, enabling them to understand and apply tactics and strategies to strengthen their brand. In this way, it seeks to drive corporate growth, increase financial revenue, and promote customer loyalty. **Keywords:** Decola Negócios; Introduction to Entrepreneurship; Training; Growth.

**Resumen:** Decola Negócios presenta una metodología cuidadosamente elaborada con el objetivo de capacitar y apoyar el desarrollo de pequeños emprendedores. Además de este propósito principal, también presentamos la propuesta de nuestro proyecto, estructurado como un curso en línea. El curso se divide en temas que guían al emprendedor en sus primeros pasos en el mundo de los negocios, permitiéndole comprender y aplicar tácticas y estrategias para fortalecer su marca. De esta manera, se busca impulsar el crecimiento corporativo, aumentar los ingresos financieros y promover la fidelización de clientes. **Palabras clave:** Decola Negocios; Introducción al Emprendimiento; Capacitación; Crecimiento.

## Introdução:

O curso Decola Negócios é uma iniciativa voltada para gestores e empreendedores iniciantes que buscam aprimorar suas habilidades em administração e gestão de marcas locais. O principal objetivo é fornecer aos alunos as ferramentas essenciais para gerenciar um negócio de forma eficiente, com foco em branding, marketing digital, tráfego pago e orgânico, além de uma gestão financeira básica. A proposta do curso é atender a um público diversificado, composto por gestores em início de

<sup>1</sup> Este texto é um produto de Extensão decorrente de uma exposição oral de experiência extensionista em COMUNICAÇÃO ORAL, realizada na Semana de Extensão e Cultura (SEMAEXC-2024).

<sup>2</sup> Este trabalho vincula-se a um ou mais (ODS) [Objetivos de Desenvolvimento Sustentável](#)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Alagoas/BRASIL. Graduando em Sistemas de Informação.

<sup>4</sup> Universidade Federal de Alagoas/BRASIL. Graduando em Sistemas de Informação.

<sup>5</sup> Universidade Federal de Alagoas/BRASIL. Graduando em Sistemas de Informação.

<sup>6</sup> Universidade Federal de Alagoas/BRASIL. Graduando em Sistemas de Informação.

<sup>7</sup> Universidade de São Paulo/USP- SÃO PAULO. Doutorado em Inteligência Artificial.

carreira, microempreendedores, aspirantes a gestores e estudantes que buscam expandir seus conhecimentos e melhorar seu currículo.

A metodologia do curso é inteiramente online, com aulas gravadas disponibilizadas no Google Classroom, o que proporciona flexibilidade para que os alunos aprendam no seu próprio ritmo. Além disso, um grupo dedicado de alunos oferece suporte para discussões e esclarecimento de dúvidas, enquanto as avaliações são realizadas por meio do Google Forms. Essa abordagem oferece um ambiente de aprendizado acessível, permitindo que os participantes possam revisar o conteúdo de forma autônoma e se envolver ativamente com o material.

O curso aborda, inicialmente, a importância de uma marca bem construída, que vai além de ser uma simples identificação de produtos ou serviços, sendo a personificação da promessa da empresa ao seu público-alvo. O branding é trabalhado de forma a mostrar como ele pode criar conexões duradouras com os consumidores, diferenciar a empresa da concorrência e estabelecer uma posição destacada no mercado. A seguir, é enfatizada a importância de um planejamento estratégico detalhado e do conhecimento profundo sobre o mercado e o público-alvo. O planejamento de marketing é explicado como ferramenta essencial para guiar as ações da empresa e fortalecer a presença no mercado.

O curso também cobre a criação e lançamento de campanhas publicitárias no Meta Ads, detalhando desde a definição dos objetivos até a segmentação de público, orçamentos e cronograma. Além disso, destaca o papel do tráfego orgânico como complemento às estratégias pagas, com ênfase em práticas como SEO, conteúdo de qualidade e engajamento nas redes sociais. Por fim, o curso aborda a gestão financeira básica, ensinando conceitos como controle de despesas, fluxo de caixa e planejamento orçamentário, fundamentais para a sustentabilidade do negócio a longo prazo.

### **Metodologia:**

A metodologia do curso foi inteiramente online, com aulas gravadas e disponibilizadas no Google Classroom, permitindo que os alunos pudessem aprender ao seu próprio ritmo. O curso foi projetado para ser acessível, com materiais que os alunos poderiam revisar sempre que necessário, adaptando-se às suas agendas e permitindo o aprendizado contínuo.

A estrutura do curso foi cuidadosamente planejada para abordar temas fundamentais de gestão de negócios, como branding, marketing digital, tráfego pago e orgânico, além de finanças básicas. A cada módulo, um grupo dedicado de alunos foi criado no Google Classroom para discussões, esclarecimento de dúvidas e comunicação sobre novos módulos e prazos de atividades. Este ambiente

de interação foi uma das chaves para garantir que os alunos tivessem um suporte contínuo, tanto em termos de conteúdo quanto de motivação.

Em relação às atividades avaliativas, elas foram realizadas por meio do Google Forms e anexadas diretamente no Google Classroom. O objetivo das avaliações era medir o aproveitamento do aluno, coletar feedback sobre o andamento de cada módulo e registrar a frequência dos alunos. A frequência, juntamente com as notas das atividades, serviu como critério para a emissão do certificado ao final do curso. Foram atribuídas cinco avaliações ao longo do curso, sendo uma para cada módulo. Cada avaliação consistia em 7 a 10 questões, e os alunos precisavam obter uma nota mínima de 60 pontos em cada uma para serem aprovados.

Portanto, a execução do curso seguiu um cronograma estruturado. As aulas gravadas foram disponibilizadas semanalmente, permitindo que os alunos acompanhassem o curso no seu próprio ritmo. O cronograma também incluiu o lançamento de novos módulos, com atividades e avaliações intercaladas, para garantir que os alunos consolidarem o conhecimento adquirido. Para facilitar a gestão do tempo e a organização, prazos claros para a entrega das avaliações e discussões no grupo foram estabelecidos.

### Resultados e Discussão:

As estratégias de divulgação do curso "Decola Negócios" foram conduzidas de diversas maneiras para atingir o público-alvo de forma eficaz. Convites foram enviados para pessoas da rede de contatos da equipe que atendiam aos critérios do público-alvo, e o Instagram foi utilizado como o principal canal de divulgação. A criatividade foi uma peça-chave na estratégia de engajamento. A equipe se dedicou a criar elementos visuais atraentes e mensagens persuasivas, com o objetivo de estabelecer uma conexão emocional com os interessados, não apenas informando, mas envolvendo-os de maneira significativa.

Além disso, a utilização de anúncios segmentados adicionou uma camada de personalização, permitindo que as postagens no Instagram fossem direcionadas especificamente ao grupo mais propenso a se beneficiar do curso. Todos os interessados foram direcionados para o site de inscrição (<https://decolanegocios.netlify.app/>), onde as informações foram coletadas através do Google Forms, com a concordância dos participantes sobre os termos de coleta e uso de dados. Após a inscrição, os participantes receberam um link para o grupo de alunos no WhatsApp, mantendo-os informados e disponíveis para esclarecer dúvidas. Ao todo, 21 alunos se inscreveram no curso.

Apesar do sucesso na captação de alunos, observou-se um padrão de participação variado, que variava de mediano a limitado. Alguns alunos demonstraram interesse ativo, participando das aulas e

realizando as atividades avaliativas propostas. No entanto, a maioria dos alunos se manteve ausente, o que afetou a interação com o conteúdo do curso. A grande maioria dos alunos não entrou na turma do Google Classroom, o que resultou na falta de acesso aos materiais de apoio e às atividades propostas. A abordagem dos tópicos relevantes e desafiadores, oferecendo tanto oportunidades teóricas quanto práticas para o aprimoramento do conhecimento. As atividades avaliativas foram conduzidas por meio do Google Forms, e incluíam perguntas fechadas e abertas. A avaliação concentrou-se no desempenho dos alunos em trabalhos individuais aplicados e submetidos na plataforma.

Foi observado que a participação nas atividades avaliativas foi um desafio, com um número limitado de alunos completando as tarefas. Isso indica que, embora o conteúdo tenha sido relevante, o engajamento com as atividades foi restrito, possivelmente devido à falta de interação contínua com o material do curso.

Ao final de cada atividade avaliativa, foi coletado o feedback dos alunos por meio do Google Forms. Este feedback teve um impacto direto na evolução do curso, guiando ajustes curriculares e ajudando a refinar a abordagem educacional. A maioria das aulas foi bem aceita pelos alunos, indicando que o conteúdo estava alinhado às suas expectativas e necessidades, apesar da limitação na participação ativa. Os feedbacks dos alunos foram fundamentais para o aprimoramento do curso, revelando as áreas que precisavam de mais atenção e ajustando o formato de ensino de acordo com as necessidades dos participantes. Essa abordagem contínua de avaliação e ajustes reforçou o compromisso com o aprendizado e o desenvolvimento constante do curso "Decola Negócios".

### Conclusões:

O curso "Decola Negócios" foi concluído com êxito, alcançando os objetivos de capacitação. No entanto, a participação dos alunos ficou abaixo do esperado. Embora o número de inscritos tenha sido considerável, poucos participaram ativamente no Google Classroom e completaram as atividades avaliativas. Apesar disso, os alunos que se engajaram no curso obtiveram resultados satisfatórios, com desempenho acima da média exigida para aprovação e emissão de certificados. Embora o curso tenha cumprido sua proposta, a baixa participação limitou o impacto para a maioria dos alunos.

### Referência:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.