

# **A IMPORTÂNCIA DAS ATIVIDADES DE MARKETING PARA ATRAIR UM MAIOR NÚMERO DE ESTUDANTES PARA OS CURSOS DO ENSINO A DISTÂNCIA (EaD) DA UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE**

**Carlos Estrela Brito<sup>1</sup>**  
Universidade Eduardo Mondlane

## **RESUMO**

O objectivo principal deste artigo é verificar a possibilidade de as actividades de Marketing ajudarem a propagar o EaD da UEM em todo o território moçambicano. Isso porque as Instituições de Ensino Superior (IES) moçambicanas vêm estruturando seus cursos por conta própria, tornando o processo muito oneroso, razão pela qual se discute o engajamento de Escolas Pré-Universitárias, Ministérios, empresas e instituições do País, para alcançar um maior número de estudantes. O resultado da pesquisa aponta que o Marketing voltado à Educação pode e deve ser utilizado nas IES, adoptando-se, principalmente, as estratégias de Marketing, posto que são directrizes que representam uma melhor opção para ampliar o número de estudantes para essa modalidade de ensino. Deve-se, ainda, adoptar a Comunicação Integrada de Marketing, uma vez que a sociedade, cada vez mais informada e exigente, tem forçado a utilização de estratégias de Marketing pautadas na ética e no compromisso social das IES. Assim, as mensagens de comunicação devem ser coerentes e coesas em relação à verdadeira realidade da IES.

**Palavras-chave:** Educação a Distância. Instituições de Ensino Superior. Marketing. Estratégias. Comunicação Integrada de Marketing.

---

<sup>1</sup> Doutor em Engenharia e Gestão do Conhecimento, pela Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.