Plano de Curso

Turma: DAC00901 - MARKETING (80h) - Turma: 01 (2021.2)

Horário: 5N1234

Pré-Requisitos: ((DAC00891))

Ementa: Estudo constante do consumidor e das tendências de mercado, para definições da fabricação do produto ou serviço, e sua composição, distribuição e utilização final. Compatibilidade dos interesses do consumidor e da empresa. Organização de Marketing. O sistema de formação de marketing.Planejamento de marketing.Bibliografia:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 10º ed. São Paulo: Pearson Education, 2000.
KOTLER, Philip. Princípios de Marketing. 9º ed. São Paulo: Pearson Education, 2003
HOOLEY, Graham J; PIERCY, Nigel F; SAUNDERS, John A. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. 3º ed. São Paulo: Pearson Education, 2005.

Matrícula	Docente(s)
2348733	ROSEMEIRE FERRAREZI VALIANTE - 80h

Metodologia de Ensino e Avaliação

Metodologia:	A disciplina será desenvolvida através de atividades teóricas e práticas: 1. Aulas expositivas, dialogadas e reflexivas. 2. Discussão e debates sobre textos e temas pertinentes à disciplina; 3. Estudos dirigidos com atividades orais e/ou escritas; 4. Trabalhos individuais e/ou em grupo; Leitura e elaboração de resenhas de livros e/ou artigos e textos.
Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	O processo de avaliação da aprendizagem ocorrerá em diferentes momentos, sendo uma avaliação diagnóstica, contínua e somativa. Como referência serão utilizados os seguintes critérios: 1. Assiduidade, pontualidade na entrega dos trabalhos e participação - até 10,0 pontos 2. Atividades realizadas em sala de aula que poderão ser individuais e/ou em grupos - até 10,0 pontos 3. Leitura e elaboração de resenhas de artigos e/ou livros - até 10,0 pontos 4. Avaliações escritas - até 10,0 pontos cada. Obs.: A média será atribuída através da média aritmética simples, sendo considerado aprovado o aluno que obtiver média mínima de 6,0 pontos.
Horário de Atendimento:	2ª e 4ª feiras das 17h às 20h

Cronograma de Aulas

Início	Fim	Descrição
28/04/2022	28/04/2022	Apresentação da disciplina
05/05/2022	05/05/2022	Unidade I - Ciclo mercadológico - definições e elementos básicos de marketing
07/05/2022	07/05/2022	Ambiente de marketing - macro e micro ambiente - Aula Extra [Adicional]
12/05/2022	12/05/2022	Segmentação de mercado/clientes
14/05/2022	14/05/2022	Marketing de segmento/de nicho/individual e local - Aula Extra [Adicional]
19/05/2022	19/05/2022	Segmentação de mercados organizacionais
19/05/2022	19/05/2022	Segmentação de mercados organizacionais
21/05/2022	21/05/2022	Segmentação de mercados consumidores - Aula Extra [Adicional]
26/05/2022	26/05/2022	Tipos de mercados: mercado organizacional, consumidor e comportamento do consumidor.
28/05/2022	28/05/2022	O novo gestor de marketing - Aula Extra [Adicional]
02/06/2022	02/06/2022	Marketing e valor para o cliente - proposta de valor
04/06/2022	04/06/2022	Marketing de relacionamento - Aula Extra [Adicional]
09/06/2022	09/06/2022	1ª avaliação
11/06/2022	11/06/2022	Sistema de informações de marketing - Aula Extra [Adicional]
16/06/2022	16/06/2022	Feriado estadual
18/06/2022	18/06/2022	Unidade II - Marketing integrado, interno e socialmente responsável - Aula Extra [Adicional]
23/06/2022	23/06/2022	Análise da concorrência e ciclo de vida do produto
25/06/2022	25/06/2022	Unidade III - Produto - níveis, classificação, elementos de diferenciação - Aula Extra [Adicional]
30/06/2022	30/06/2022	Planejamento dos novos produtos - estratégias e etapas de desenvolvimento de novos produtos
02/07/2022	02/07/2022	Unidade IV - Estabelecimento de preços, preço geográfico, promocional, discriminatório e estratégias de preço - Aula Extra [Adicional]
07/07/2022	07/07/2022	Praça (distribuição) - logística, intermediários, estratégias de distribuição e distribuição de comércio eletrônico
09/07/2022	09/07/2022	Unidade V - Propaganda e promoção de vendas - Aula Extra [Adicional]
14/07/2022	14/07/2022	Marketing direto - experiências, eventos, patrocínio e merchandising.
21/07/2022	21/07/2022	Marketing digital e Trade marketing
28/07/2022	28/07/2022	2ª avaliação
04/08/2022	04/08/2022	Encerramento da disciplina.

Avaliações

Data	Hora	Descrição
09/06/2022	19h 30min	1ª Avaliação
28/07/2022	19h 30min	2ª Avaliação

Referências Complementares

Tipo de Material	Descrição
Livro	Madruga, Roberto Pessoa. Administração de marketing no mundo contempôraneo. . Rio de Janeiro: FGV. 2004
Livro	MADRUGA, Roberto Pessoa. Administração de marketing no mundo contempôraneo. Rio de Janeiro: FGV, 2004. 140. (Marketing) ISBN: 8522504571.
Livro	KOTLER, Philip. Administração de marketing análise, planejamento, implementação e controle. 3. Atlas, 1995. 848. ISBN: 8522410267.

Livro	COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 4. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. 533. ISBN: 9788535269666.
Livro	KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Introdução ao Marketing. 4. LTC - Livros Técnicos e Científicos, 2000. 371. ISBN: 8521611978.
Livro	KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; ROSENBERG, Mônica. Administração de marketing. 12. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750. ISBN: 8576050013.