Plano de Curso

Turma: DAC00901 - MARKETING (80h) - Turma: 01 (2022.1)

Horário: 4N1234

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)
3017600	DAYANNE CAVALCANTE SALDANHA - 80h

Metodologia de Ensino e Avaliação

Metodologia:	Aulas expositivas com cases, artigos, vídeos e aulas práticas.
Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	N1+N2/2= Nota Final
Horário de Atendimento:	

Cronograma de Aulas

Início	Fim	Descrição
31/08/2022	31/08/2022	Aula 1
14/09/2022	14/09/2022	Aulas 3 e 4
21/09/2022	21/09/2022	Aulas 5 e 6
28/09/2022	28/09/2022	Aulas 7 e 8
05/10/2022	05/10/2022	Aulas 9 e 10
19/10/2022	19/10/2022	Aulas 11 e 12
26/10/2022	26/10/2022	Aulas 13 e 14
09/11/2022	09/11/2022	Aulas 15 e 16
16/11/2022	16/11/2022	aulas 17 e 18
23/11/2022	23/11/2022	Aulas 19 e 20
30/11/2022	30/11/2022	Aulas 21 e 22

Avaliações

Data	Hora	Descrição
28/10/2022	19h	1ª Avaliação
02/12/2022	19h	2ª Avaliação

Referências Complementares

Tipo de Material	Descrição
Livro	KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 9. Pearson Education do Brasil, 2006. 593. ISBN: 8587918192.