



Plano de Curso

Turma: DAA00043 - MARKETING (80h) - Turma: 01 (2021.1)

Horário: 6N1234

Pré-Requisitos: ((DAA00039))

Ementa: Desenvolvimento de estratégias e plano de Marketing: Marketing de valor para o cliente. Planejamento estratégico corporativo e de unidade de negócios. Planejamento do produto. Captura de oportunidades de mercado: Coleta e análise do ambiente de Marketing. Conexão com os clientes: satisfação, valor e fidelidade do cliente. Marketing online. Análise dos mercados consumidores e organizacionais. O consumidor de grupo social. Comportamento do consumidor. Desenvolvimento de marcas: criação de Brand Equity. Posicionamento da marca. Compreensão da concorrência. Desenvolvimento de ofertas: definição da estratégia do produto. Desenvolvimento e gerenciamento de serviços. Desenvolvimento e estratégias de preços. Gerenciamento de valor: projeto e gerenciamento de canais de valor. Gerenciamento de varejo, atacado e logística. Comunicação de valor: Gerenciamento da comunicação integrada de marketing; gerenciamento da comunicação de massa; marketing direto e vendas pessoais. Tendências mercadológicas: Novos mercados e produtos. Marketing e a responsabilidade social, mercado global, Marketing holístico. Utilização de TICs: Softwares de Simulação empresarial, Softwares de CRM.

Matrícula
1809832

Docente(s)
ANTONIO NOGUEIRA NETO - 80h

**Metodologia de Ensino e Avaliação**

Metodologia:	<p>De conformidade com a Resolução Nº 358, de 16 de setembro de 2021, a qual regulamenta as atividades de ensino nos cursos de graduação da Universidade, no contexto de enfrentamento da COVID-19, mediante adoção do ensino remoto emergencial. O Conselho Superior Acadêmico da Universidade (CONSEA), autorizou a continuidade das disciplinas e turmas de graduação, como Atividades Remotas Emergenciais (ARE) / Ensino Remoto Emergencial (ERE), do calendário acadêmico de 2021.1, para o ensino de graduação.</p> <p>Pelo exposto acima, as estratégias metodológicas utilizadas na disciplina serão: – Aulas síncronas expositivas e dialogadas com a participação ativa dos acadêmicos; - Aulas assíncronas com pesquisa e estudo orientados que exigirão a participação ativa dos acadêmicos; - Exercícios modelos e Estudos Dirigidos, com utilização de publicação no SIGAA, da plataforma meet.google.com ; – Pesquisas orientadas; - Dinâmicas Grupais e Individuais; – Estudos de Casos e Atividades complementares; - Leitura capítulos de livros; com a utilização das plataformas: SIGAA, da plataforma meet.google.com, da plataforma Classrom ; –Apresentações Oraís Individuais Avaliativas; em horário de aulas síncronas. Serão utilizados os seguintes recursos didáticos: -- Notebook, Celular, Aulas Assíncronas e Síncronas; – Arquivos em POWER POINT; AdobeReaderXI; Word; Excel; plataforma whatsapp. – Todos os arquivos citados anteriormente, terão como objetivo se tornar uma “ferramenta” para divulgar aos acadêmicos os conteúdos presentes nas referências bibliográficas; Obs.: Serão aplicados exercícios de fixação a cada tema apresentado. A avaliação desta disciplina será, de caráter formativo, será desenvolvida durante o processo de ensino remoto emergencial (ERE) ou Atividades Remoto Emergencial (ARE), levando-se em consideração: a participação efetiva no desenvolvimento das atividades e demonstração de assimilação do conteúdo da disciplina. Além de ser necessária aos acadêmicos a resolução de questões avaliativas, desempenho na apresentação de trabalhos individuais com utilização das plataformas citadas anteriormente.</p> <p>Pelo exposto acima, realizaremos no ensino de graduação:</p> <ul style="list-style-type: none">– Aulas expositivas, com a utilização da plataforma “meet.google.com”.- Estudos Dirigidos e orientados (cases e material teórico relacionados ao conteúdo da disciplina);– Pesquisas orientadas;– Atividades relacionadas a Projetos de práticas administrativas;- Dinâmicas Grupais e individuais;– Seminários avaliativos.
Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	<p>Serão utilizados os seguintes recursos didáticos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Plataforma “meet.google.com”- Textos diversos em apresentação eletrônica (PDF, JPG, PowerPoint);– Notebook e smartfone;– Textos presentes nas referências bibliográficas;– Livros, artigos e capítulos adicionais, entre outros. <p>Nos critérios de avaliação da disciplina, serão utilizados:</p> <p>Avaliação oral de atividades realizadas nas aulas (participação do acadêmico); Avaliação escrita podendo ser em múltiplas escolhas e/ou descritiva; Frequência, pontualidade e participação; Avaliação das atividades assíncronas realizadas pelos acadêmicos; Serão aplicadas duas avaliações conforme estabelece o regimento da Universidade nos dias 17/ dezembro/2021(avaliação 1) + 26/março/2022 (avaliação 2)</p> <p>Obs.: poderão ser aplicados exercícios e/ou atividades de fixação de conteúdo, ou novas provas avaliativas a critérios do professor, conforme desenvolvimento da disciplina ou do acompanhamento da turma.</p> <p>Com o objetivo de aprimorar o desenvolvimento social, cultural e cognitivo do aluno, os procedimentos de Avaliação e aprendizagem consistem em exercícios em sala; resolução de questões do conteúdo estudado; participação ativa em debates e exposições de questões ou de parte do assunto estudado; apresentação de seminários e produção de texto dissertativo-argumentativo.</p> <p>Crítérios de Avaliação Será considerado aprovado o aluno com média final (MF) superior ou igual a 6,0 (seis). A MF será calculada da seguinte forma: $MF = (N1+N2) / 2.$</p> <p>N1= 10 pontos N1 será a nota referente a primeira parte do curso. (De 16 de novembro até 31 de dezembro/21). A N1 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões em cada capítulo. A N1 também correspondera ao conteúdo total estudado na primeira parte da disciplina. Em decorrência do conteúdo estudado ocorrerá uma avaliação de aprendizagem que poderá ser múltipla escolha ou dissertativa. As presenças serão consideradas pelo ingresso no horário inicial da aula. Após 10 minutos de início de aula. A segunda tolerância de ingresso na aula será das 19:30 as 19:40h. Quem entrar no segundo ingresso da disciplina (19:30 as 19:40) receberá falta no primeiro horário.</p> <p>N2= 10 pontos N2 será a nota referente a segunda parte do curso. (de 31 de janeiro de 2022 a 02 de abril de 2022). A N2 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões em cada capítulo. A N2 também correspondera ao conteúdo total estudado na primeira parte da disciplina. Em decorrência do conteúdo estudado ocorrerá uma avaliação de aprendizagem que poderá ser múltipla escolha ou dissertativa. As presenças serão consideradas pelo ingresso no horário inicial da aula. Após 10 minutos de início de aula. A segunda tolerância de ingresso na aula será das 19:30 as 19:40h. Quem entrar no segundo ingresso da disciplina (19:30 as 19:40) receberá falta no primeiro horário.</p> <p>Ao aluno que não obtiver MF para a aprovação será permitido realizar uma avaliação substitutiva (AVS). A Avaliação valerá 10 pontos e substituirá a nota (N1 ou N2) de menor valor para cálculo da MF.</p>
Horário de Atendimento:	quinta-feira 18:00 as 19:00h



Cronograma de Aulas

Início	Fim	Descrição
19/11/2021	19/11/2021	AULA 01 - Conforme Resolução 358 de 16/09/2021 - Aula Inicial com apresentação da ementa e dos objetivos da Disciplina
20/11/2021	20/11/2021	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
26/11/2021	26/11/2021	AULA 03 - Inicio do Modulo UM: Avaliação do Mercado
27/11/2021	27/11/2021	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
03/12/2021	03/12/2021	AULA 05 - O UQE EH MARKETING BASEADO EM VALOR?
04/12/2021	04/12/2021	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
10/12/2021	10/12/2021	AULA 07 - O PLANO DE MARKETING
11/12/2021	11/12/2021	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
17/12/2021	17/12/2021	AULA 09 - Estrutura para Tomada de Decisão Ética
18/12/2021	18/12/2021	Aula Síncrona - Avaliação de Aprendizagem (parte I da disciplina) - Capítulo 4 - Analisando o Ambiente de Marketing - Aula Extra [Adicional]
04/02/2022	04/02/2022	AULA 11 - Capítulo 4 - Analisando o Ambiente de Marketing
05/02/2022	05/02/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
11/02/2022	11/02/2022	AULA 13 - FATORES QUE INFLUENCIAM O PROCESSO DE DECISAO DO CONSUMIDOR
12/02/2022	12/02/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
18/02/2022	18/02/2022	AULA 15 - MERCADO B2B
25/02/2022	25/02/2022	AULA 16 - FIXACAO DO CAONTEUDO ESTUDADO
04/03/2022	04/03/2022	AULA 17 - CRESCIMENTO DA ECONOMIA GLOBAL
05/03/2022	05/03/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
11/03/2022	11/03/2022	AULA 19 - ANALISE DO MERCADO ALVO
12/03/2022	12/03/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
18/03/2022	18/03/2022	AULA 21 - O PROCESSO DE SEGMENTACAO, SELECAO E POSICIONAMENTO NO MERCADO
19/03/2022	19/03/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
25/03/2022	25/03/2022	AULA 23 - DECISOES DE PRODUTO, MARCAS E EMBALAGENS
26/03/2022	26/03/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Adicional]
01/04/2022	01/04/2022	AULA 25 - FECHAMENTO DA DISCIPLINA

Avaliações

Data	Hora	Descrição
18/12/2021	19:00h	1ª Avaliação
25/02/2022	19:00h	2ª Avaliação

Referências Básicas

Tipo de Material	Descrição
Livro	Princípios de marketing
Livro	Marketing básico
Livro	Administração de marketing

Referências Complementares

Tipo de Material	Descrição
Livro	Marketing de serviços a empresa com foco no cliente
Livro	Pesquisa de marketing uma orientação aplicada
Livro	Estratégia de marketing e posicionamento competitivo
Livro	Administração de Marketing conceitos, estratégias e aplicações
Livro	Introdução ao Marketing