

## Plano de Curso

<b>Turma:</b>	DAA00039 - FUNDAMENTOS DE MARKETING (40h) - Turma: 01 (2021.2)
<b>Horário:</b>	5N34
<b>Pré-Requisitos:</b>	Não possui
<b>Ementa:</b>	Pressupostos básicos de Marketing: escopo e tarefas do Marketing. Conceitos centrais. Composto mercadológico. Orientação para o mercado e relacionamento. Ambientes de Marketing: micro e macro-ambiente da organização. Marketing de mercado-alvo: níveis, bases e composição de segmentação. Avaliação e seleção de mercados-alvos. Posicionamento. Administração de Marketing: planejamento, organização, implementação avaliação e controle. História do pensamento de Marketing: escolas. Utilização de TICs: Softwares de Simulação empresarial.

**Matrícula**  
1809832

**Docente(s)**  
ANTONIO NOGUEIRA NETO - 40h

**Metodologia de Ensino e Avaliação**

Metodologia:	<p>ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS DE ENSINO</p> <p>De conformidade com a Resolução Nº 391, de 25 de fevereiro de 2022, a qual regulamenta as atividades de ensino nos cursos de graduação da Universidade para o semestre letivo 2021.2, no contexto de retorno as atividades presenciais dos cursos de graduação, mediante adoção do ensino presencial, híbrido ou remoto, com as devidas justificativas.</p> <p>Pelo exposto acima, as estratégias metodológicas utilizadas na disciplina serão: – Aulas síncronas expositivas e dialogadas com a participação ativa dos acadêmicos; estudo orientados que exigirão a participação ativa dos acadêmicos; – Pesquisas orientadas; - Dinâmicas Grupais e Individuais; – Estudos de Casos e Atividades complementares; - Leitura capítulos de livros; –Apresentações Orais Individuais Avaliativas; assim serão ministradas as atividades em horário de aulas síncronas.</p> <p>- 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;</p> <p>- Serão utilizados os seguintes recursos didáticos tanto para atividades síncronas coo assíncronas: -- Notebook, Celular, Aulas Assíncronas e Síncronas; – Arquivos em POWER POINT; AdobeReaderXI; Word; Excel; plataforma whattsApp. – Todos os arquivos citados anteriormente, terão como objetivo se tornar uma “ferramenta” para divulgar aos acadêmicos os conteúdos presentes nas referências bibliográficas;</p> <p>Pelo exposto acima, realizar – se – á como estratégia e metodologia no ensino de graduação da disciplina:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Aulas expositivas presenciais;</li><li>– Aulas expositivas, com a utilização da plataforma “meet.google.com”.</li><li>- Estudos Dirigidos e orientados (cases e material teórico relacionados ao conteúdo da disciplina);</li><li>– Pesquisas orientadas;</li><li>– Atividades relacionadas a Projetos de Práticas Administrativas;</li><li>- Dinâmicas Grupais e individuais;</li><li>– Seminários avaliativos.</li></ul> <p>RECURSOS DIDATICOS</p> <p>Serão utilizados os seguintes recursos didáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Quadro branco com pincel;</li><li>- Textos diversos em apresentação eletrônica (PDF, JPG, PowerPoint);</li><li>- Notebook e smartfone;</li><li>– Textos presentes nas referências bibliográficas;</li><li>– Livros, artigos e capítulos adicionais, entre outros.</li><li>- Na utilização da Plataforma “meet.google.com”</li><li>- Textos diversos em apresentação eletrônica (PDF, JPG, PowerPoint);</li><li>– Notebook e smartfone;</li><li>– Textos presentes nas referências bibliográficas;</li><li>– Livros, artigos e capítulos adicionais, entre outros.</li></ul>
--------------	--



Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	<p><b>CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO</b></p> <p>A avaliação desta disciplina será, de conformidade com a resolução nr. 338, de 14 de julho de 2021 e possuirá caráter de natureza diagnóstica e formativa, considerando as múltiplas metodologias de ensino-aprendizagem e da inovação tecnológica. A realização da aprendizagem será desenvolvida durante o processo de ensino e deverá realizar-se de forma contínua, ao longo do período letivo, conforme o planejamento demonstrado no plano de ensino da disciplina, 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 e a exigibilidade de apresentação de um plano de negócio individual em um ramo de negócio industrial, comercial, agronegócio, tecnológico, financeiro e o social com a aplicabilidade da "FERRAMENTA SWOT".</p> <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 que terão suas datas marcadas com a participação dos acadêmicos.</p> <p>Obs.: Serão aplicados exercícios avaliativos de/ou atividades de fixação de conteúdo, ou novas provas avaliativas a critérios do professor, conforme desenvolvimento da disciplina ou da necessidade sentida pelo docente no acompanhamento do conteúdo didático da turma. Obs.: O professor conforme acompanhamento da disciplina ministrada poderá aplicar exercícios de fixação avaliativos e atividades avaliativas a cada término de atividade e/ou capítulo.</p> <p><b>PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO</b></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 seminário final (Plano de Negócio) e produção de texto dissertativo-argumentativo.</p> <p><b>Críticos de Avaliação</b> Será considerado aprovado o aluno com média final (MF) superior ou igual a 6,0 (seis). A MF será calculada da seguinte forma: <math>MF = (N1+N2) / 2</math>.</p> <p><b>N1= 10 pontos</b> N1 será a nota referente a primeira parte do curso. (Parte Teórica). A N1 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões em cada capítulo. A N1 também corresponderá 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 das 20:50h as 21:00h. Após 10 minutos de início de aula. A segunda tolerância de ingresso na aula será das 21:30 as 21:40h. Quem entrar no segundo ingresso da disciplina (21:30 as 21:40) receberá falta no primeiro horário. Após esse horário, o professor avaliará a permissão de ingresso do acadêmico (a) em sala de aula, porém, o acadêmico (a) retardatário (a) não terá mais direito a responder a lista de presença do dia.</p> <p><b>N2= 10 pontos</b> N2 será a nota referente a segunda parte do curso. (Parte Prática). A N2 corresponde a elaboração de um plano de negócios com atividades previamente estabelecidas com o professor em sala de aula. A N2 também corresponderá a apresentação oral do plano de ensino com a aplicabilidade da ferramenta "SWOT". A elaboração do plano de negócio deverá ser realizada em decorrência do conteúdo estudado e de pesquisas realizadas pelo acadêmico. As presenças serão consideradas exatamente igual ao demonstrado na N1.</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:	terça-feira das 18h as 19h; quarta-feira 18h as 19h; quinta-feira 18h as 19h; sexta-feira 18h as 19h;

**Cronograma de Aulas**

Início	Fim	Descrição
28/04/2022	28/04/2022	AULA INAUGURAL DA DISCIPLINA
30/04/2022	30/04/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
12/05/2022	12/05/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado



14/05/2022	14/05/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
19/05/2022	19/05/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
26/05/2022	26/05/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
02/06/2022	02/06/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
04/06/2022	04/06/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
09/06/2022	09/06/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
11/06/2022	11/06/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
23/06/2022	23/06/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
30/06/2022	30/06/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
07/07/2022	07/07/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
09/07/2022	09/07/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
14/07/2022	14/07/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
16/07/2022	16/07/2022	Aula Assíncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
21/07/2022	21/07/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
23/07/2022	23/07/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
28/07/2022	28/07/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
30/07/2022	30/07/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
04/08/2022	04/08/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado
06/08/2022	06/08/2022	Aula Síncrona: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]

### Avaliações

Data	Hora	Descrição
07/07/2022	21:00h as 22:30h	1ª Avaliação
04/08/2022	21:00h as 22:30h	2ª Avaliação

### Referências Básicas

Tipo de Material	Descrição
Livro	KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 9. Pearson Education do Brasil, 2006. 593. ISBN: 8587918192.
Livro	KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. 765. ISBN: 9788581430003.
Livro	COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 4. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. 533. ISBN: 9788535269666.

### Referências Complementares

Tipo de Material	Descrição
Livro	COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 4. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. 533. ISBN: 9788535269666.
Livro	CHURCHIL JUNIOR, Gilbert A; PETER, J. Paul;. MARKETING; criando valor para os clientes. 2a. ed.. Saraiva. 2007
Livro	ROCHA, Angela da. Administração de Marketing conceitos, estratégias e aplicações. Atlas, 2012. 655. ISBN: 9788524474608.
Livro	HOOLEY, Graham J; SAUNDERS, John A; PIERCY, Nigel F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3ª. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 464. ISBN: 8576050137.
Livro	LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 6. Atlas, 2004. 318. ISBN: 8522437386.