



Plano de Curso

Turma:	DAA00039 - FUNDAMENTOS DE MARKETING (40h) - Turma: 01 (2022.2)
Horário:	3N12
Pré-Requisitos:	Não possui
Ementa:	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>De conformidade com a Resolução Nº 421/2022/CONSEA, de 14 de junho de 2022, a qual regulamenta as atividades de ensino nos cursos de graduação da Universidade para o semestre letivo 2022.2, 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; estudos 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 Avaliativas Orais Individuais e/ou em Equipe (apresentações pelos acadêmicos em sala de aula); assim serão ministradas as atividades em horário de aulas síncronas.</p> <ul style="list-style-type: none">- Aulas conterão pesquisa e estudos 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;- Serão utilizados os seguintes recursos didáticos tanto para atividades síncronas: -- As plataformas de acesso a livros e pesquisa através da plataforma biblioteca digital, disponível a todos os acadêmicos matriculados na disciplina: minha biblioteca.com.br; ebSCO e books; biblioteca virtual; e Springer.nature.com. Além disso, será utilizado: 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; <p>Pelo exposto acima, realizar – se – á como estratégia e metodologia no ensino de graduação da disciplina:</p> <ul style="list-style-type: none">– Aulas expositivas presenciais;– Aulas expositivas, com a utilização da plataforma “meet.google.com”.- Aulas expositivas e dialogadas com a participação ativa dos acadêmicos;- 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;– Apresentação de Seminários avaliativos. <p>Serão utilizados os seguintes recursos didáticos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Quadro branco com pincel;- Textos diversos em apresentação eletrônica (PDF, JPG, PowerPoint);- Notebook e smartfone;– Textos presentes nas referências bibliográficas;– Livros, artigos e capítulos adicionais, entre outros.- Na utilização da 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.
--------------	---



Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	<p>A avaliação desta disciplina será, de conformidade com a Resolução N° 421/2022/CONSEA, de 14 de junho de 2022, a qual regulamenta as atividades de ensino nos cursos de graduação da Universidade para o semestre letivo 2022.2, 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 capítulo com a participação de todos os membros (individual e em equipe) em um ramo atividade de mercado, voltado para logística empresarial.</p> <p>Com o objetivo de aprimorar o desenvolvimento social, cultural e cognitivo do aluno, os procedimentos de avaliação e aprendizagem consistem em atividades distribuídas para realização em sala de aula – no período de aula do dia; composição da apresentação do seminário em sala de aula, resolução de questões do referente ao conteúdo didático; participação ativa na composição do seminário (com leituras, estudo e criação da apresentação e domínio do conteúdo nas exposições orais relacionadas a apresentação de seminário.</p> <p>Critérios 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= 10,0 pontos N1 será a nota referente a primeira parte do curso. (avaliação escrita). Mais a elaboração de um “ Briefing” referente a apresentação oral do seminário (individual e/ou em equipe). A N1 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões e/ou tópicos em cada capítulo. A N1 também corresponderá a apresentação oral do assunto estabelecido pelo professor, em dia previamente agendado. A equipe e/ou acadêmico responsável pela defesa do assunto do dia, deverá discorrer o assunto com competência, eficiência, eficácia e efetividade com a aplicabilidade de uma oratória adequada (compreensível a todos os presentes). A elaboração do seminário deverá ser realizada em decorrência do conteúdo em estudo e de pesquisas realizadas pelo acadêmico (tanto em sala como em atividades fora de sala de aula para apresentação em sala).</p> <p>Quando as presenças e chamada As presenças serão consideradas pelo ingresso no horário inicial da aula das 19:00h as 20:30h. Haverá uma tolerância de 10 minutos do início de aula, para atrasos. O acadêmico que entrar após o horário de tolerância; (19:00 as 19:10h) receberá falta no primeiro horário das aulas. Após o horário de tolerância, 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>N2= 10,0 pontos N2 será a nota referente a segunda parte do curso. (Parte apresentação de seminário + avaliação escrita). Mais a elaboração de um “ Briefing” referente a apresentação oral do seminário (em equipe e/ou individual). A N2 corresponde a elaboração de um seminário com atividades previamente estabelecidas com o professor em sala de aula. N2 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões e/ou tópicos em cada capítulo. A N2 também corresponderá a apresentação oral do assunto estabelecido pelo professor, em dia previamente agendado. A equipe responsável pela defesa do assunto do dia, deverá discorrer o assunto com competência, eficiência, eficácia e efetividade com a aplicabilidade de uma oratória adequada (compreensível a todos os presentes). A elaboração do seminário deverá ser realizada em decorrência do conteúdo estudado e de pesquisas realizadas pelo acadêmico (tanto em sala como em atividades fora de sala de aula para explanação em sala).</p> <p>Quando as presenças e chamada As presenças serão consideradas pelo ingresso no horário inicial da aula das 19:00h as 20:30h. Haverá uma tolerância de 10 minutos do início de aula, para atrasos. O acadêmico que entrar após o horário de tolerância; (19:00 as 19:10h) receberá falta no primeiro horário das aulas. Após o horário de tolerância, 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>Ao aluno que não obtiver MF para a aprovação será permitido realizar uma avaliação substitutiva (AVS). A Avaliação valerá 10,0 pontos e substituirá a nota (N1 ou N2) de menor valor para cálculo da MF (média final).</p>
Horário de Atendimento:	horário de plantão de atendimento (terça-feira 18h as 19h) (quarta-feira 20:30h as 22:30h) + (quinta-feira 18h as 20h) e pelo telefone da UNIR- DEAD (69) 3316-4516

Cronograma de Aulas

Início	Fim	Descrição
31/01/2023	31/01/2023	Aula Inicial da disciplina
04/02/2023	04/02/2023	Aula: Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
07/02/2023	07/02/2023	Visao Geral de Marketing
11/02/2023	11/02/2023	Aula: Atividade de Estudo Orientado: - Aula Extra [Reposição]
14/02/2023	14/02/2023	O Marketing ajuda a criar valor
21/02/2023	21/02/2023	O Marketing significa satisfazer as necessidades dos consumidores
28/02/2023	28/02/2023	O Marketing implica uma troca
04/03/2023	04/03/2023	Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
07/03/2023	07/03/2023	O Marketing exige decisões sobre produto, preço, distribuição e comunicação
14/03/2023	14/03/2023	O Marketing pode ser realizado tanto por pessoas quanto por empresas
18/03/2023	18/03/2023	Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]



21/03/2023	21/03/2023	O Marketing ocorre em diversos ambientes
28/03/2023	28/03/2023	Como as empresas se tornam mais orientadas ao valor
01/04/2023	01/04/2023	Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
04/04/2023	04/04/2023	O Marketing pode ser empreendedor
08/04/2023	08/04/2023	Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
11/04/2023	11/04/2023	Valor dos clientes - excelência com os clientes
15/04/2023	15/04/2023	Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
18/04/2023	18/04/2023	Valor dos clientes - excelência operacional
25/04/2023	25/04/2023	Valor dos clientes - excelência de produto
02/05/2023	02/05/2023	Valor dos clientes - excelência de localização
06/05/2023	06/05/2023	Atividade de Estudo Orientado - Aula Extra [Reposição]
09/05/2023	09/05/2023	Matriz do Boston Consulting Group
16/05/2023	16/05/2023	Estratégia de mercado, produto e serviço
23/05/2023	23/05/2023	Estratégias de crescimento

Avaliações

Data	Hora	Descrição
21/03/2023	19:00h as 20:30h	1ª Avaliação
23/05/2023	19:00h as 20:30h	2ª Avaliação

Referências Básicas

Tipo de Material	Descrição
Livro	KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; MARQUES, Arlete Simille. 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	Casas, A.L. L. Marketing Digital. 2a. ed.. Atlas. 2022
Livro	Cateora, P.R.; Gilly, M.C.; Graham, J.L.. Marketing Internacional. 15a. ed.. AMGH. 2013
Livro	Jr., G.A. C.. Marketing: criando valor para clientes. 3a. ed.. Saraiva. 2012
Livro	Cobra, M.. Administração de Marketing no Brasil. 1a. ed.. Elsevier. 2015
Livro	Tybout, A. M.. Marketing. 1a. ed.. Saraiva. 2013
Outros	Periódicos capes
Outros	Revista Brasileira de Marketing