



Portal do Docente

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS

EMITIDO EM 01/07/2022 15:27

**SIGAA****PLANO DE CURSO**

Dados Gerais da Turma	
Turma:	8108063 - INTRODUÇÃO A MÁRKETING - Turma: 01 (2020.2)
Docente(s):	1548350 - SAULO EMMANUEL VIEIRA MACIEL
Carga Horária:	45h
Horário:	4N123
Programa do Componente Curricular	
Ementa:	Conceitos e definições. Evolução do pensamento em Marketing. Composto promocional. Mercado produtor e mercado consumidor. Endomarketing. O profissional de secretariado no ambiente de marketing.
Objetivos:	OBJETIVO GERAL: Possibilitar ao estudante de Secretariado Executivo Bilíngue um melhor conhecimento sobre o processo de marketing (mercadologia), para que possa contribuir efetivamente com as organizações para o alcance de forma consistente e sustentada da satisfação de seus diferentes públicos. OBJETIVOS ESPECÍFICOS • Compreender o conceito e a evolução do pensamento em marketing; • Conhecer o composto de marketing; • Conhecer novos debates sobre o marketing: relacionamento, marketing para o terceiro setor, marketing experiencial, marketing para a base da pirâmide e a ética em marketing; • Discutir o papel do profissional de Secretariado no ambiente de marketing.
Conteúdo:	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO UNIDADE I – O MARKETING, A ANÁLISE AMBIENTAL E O PRODUTO 1.1. Conceitos e evolução do marketing; 1.2. Ambiente competitivo e Ambiente de marketing. 1.3. Produto: • Ciclo de vida dos produtos; • O processo de desenvolvimento de novos produtos. UNIDADE II – PREÇO, PRAÇA E PROMOÇÃO 2.1. Preço: • Abordagens para a definição de preço; • Estratégias na definição de preço; • Questões éticas e legais. 2.2. Praça: • Funções da distribuição e canais; • Atacado e Varejo. 2.3. Promoção. • Comunicação integrada de marketing; • Propaganda; • Promoção de vendas; e • Publicidade. UNIDADE III – ÁREAS DO MARKETING E PAPEL DO PROFISSIONAL DE SECRETARIADO 3.1. Marketing de Relacionamentos; 3.2. Marketing Experimental; 3.3. Marketing pessoal; 3.4. Endomarketing; 3.5. Marketing para a base da pirâmide; 3.6. Marketing para organizações do terceiro setor. UNIDADE IV - PLANO DE MARKETING 4.1. Importância do plano de Marketing para as organizações; 4.2. Etapas para elaboração de um plano de Marketing. TOTAL DE HORAS / AULAS: 45 "
Habilidades e Competências:	- Refletir e desenvolver habilidades de marketing pessoal para a profissão de Secretariado Executivo; - Desenvolver competências de marketing de relacionamento na profissão de Secretariado Executivo; - Facilitar o desenvolvimento de competências que favoreçam o endomarketing; - Identificar oportunidades e desenvolver habilidades para a elaboração de um plano de marketing.
Metodologia de Ensino e Avaliação	
Metodologia:	• Aulas expositivas e dialogadas; • Leituras de textos individuais e em grupos; • Discussões em grupos; • Trabalhos individuais: resumos, fichamentos, apreciações críticas, relatórios; • Debate em sala com profissionais do marketing; • Trabalhos em grupos: estudos de casos, pesquisas, relatórios.
Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	? Padrões de avaliação: - A avaliação de desempenho do (a) aluno (a) na disciplina é contínua o (a) qual deverá participar ativamente das atividades programadas e cumprir os prazos estabelecidos; - Meios de avaliação - Participação durante as aulas, qualidade dos trabalhos escritos, desempenho nas discussões, exercícios de verificação da aprendizagem, elaboração, em grupos, de um plano de marketing; - Freqüência: Primeiro critério de avaliação do (a) aluno (a), exigindo-se 75% de presença nas aulas.
Horário de atendimento:	
Cronograma de Aulas	

Dados Gerais da Turma		
Início	Fim	Descrição
03/03/2021	03/03/2021	APRESENTAÇÃO DO PLANO DE ENSINO
10/03/2021	10/03/2021	FUNDAMENTOS E CONCEITOS DE MARKETING
17/03/2021	17/03/2021	COMPOSTO DE MARKETING
24/03/2021	24/03/2021	COMPOSTO E AMBIENTE DE MARKETING
31/03/2021	31/03/2021	ANÁLISE DO AMBIENTE DE MARKETING
07/04/2021	07/04/2021	MARKETING PESSOAL
14/04/2021	14/04/2021	MARKETING PESSOAL
28/04/2021	28/04/2021	PLANEJAMENTO E PLANO DE MARKETING
05/05/2021	05/05/2021	ELABORAÇÃO - PLANO DE MARKETING
12/05/2021	12/05/2021	PLANO DE MARKETING
26/05/2021	26/05/2021	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
02/06/2021	02/06/2021	ESTRATÉGIAS DE MARKETING
09/06/2021	09/06/2021	TAREFA 1
16/06/2021	16/06/2021	TAREFA 2
23/06/2021	23/06/2021	Elaboração de fichamentos de leituras.
30/06/2021	30/06/2021	Elaboração de fichamentos de leituras.
07/07/2021	07/07/2021	TAREFA 3 - COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
14/07/2021	14/07/2021	SEMINÁRIOS - PLANOS DE MARKETING
Avaliações		
Data	Hora	Descrição
02/06/2021	19:00	VERIFICAÇÃO DA APRENDIZAGEM
14/07/2021	19:00	SEMINÁRIOS - PLANOS DE MARKETING
14/07/2021	19:00	Reposição
21/07/2021	19:00	Exame Final
14/07/2021		Reposição
21/07/2021		Exame Final
Referências Básicas		
Tipo de material	Descrição	
Livro	CHURCHILL, Jr. Gilbert A. ; PETER, J. Paul. Marketing – Criando Valor Para os Clientes. 1. Saraiva. 2000	
Livro	KOTLER, Philip.. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados.. 1. Ediouro. 2009	
Referências Complementares		
Tipo de material	Descrição	
Livro	BAKER, Michael J.. Administração de Marketing. 1. Elsevier. 2005	

Número do documento: **605152**Data de emissão: **01/07/2022**Código de verificação: **8b71e068f0****ATENÇÃO**

Para verificar a autenticidade deste documento acesse <https://sigaa.ufpb.br/sigaa/documentos/> informando o número do documento, data de emissão e o código de verificação

SIGAA | STI - Superintendência de Tecnologia da Informação da UFPB / Cooperação UFRN - Copyright © 2006-2022 | producao_sigaa-6.sigaa-6 | 22.6.8