PLANO DE AULA

Curso:	Administração	**Turno:**	Manhã	**Ano letivo:**	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	**Professor:**	Fernando Galvão	**Carga horária:**	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento
Competência **02:** Exercitar a curiosidade intelectual e recorrer à abordagem própria das ciências, incluindo a investigação, a reflexão, a análise crítica, a imaginação e a criatividade, para investigar causas, elaborar e testar hipóteses, formular e resolver problemas e criar soluções (inclusive tecnológicas) com base nos conhecimentos das diferentes áreas.	**(EM13CHS404)** Identificar e discutir os múltiplos aspectos do trabalho em diferentes circunstâncias e contextos históricos e/ou geográficos e seus efeitos sobre as gerações, em especial, os jovens, levando em consideração, na atualidade, as trans- formações técnicas, tecnológicas e informacionais.	**(EMIFCG01)** Identificar, selecionar, processar e analisar dados, fatos e evidências com curiosidade, atenção, criticidade e ética, inclusive utilizando o apoio de tecnologias digitais. **(EMIFCG05)** Questionar, modificar e adaptar ideias existentese criar propostas, obras ou soluções criativas, originais ou inovadoras, avaliando e assumindo riscos para lidar com as incertezas e colocá-las em prática	Ao falarmos em formação técnica, quase que imediatamente pesamos em empregabilidade, pois essa formação amplia essa possibilidade de entrar no mercado de trabalho, nesse contexto a presente disciplina colabora de forma maciça para o tema integrador (empregabilidade) pois se relaciona com processo de gestão e marketing e esses são importantes em toda e qualquer carreira.	**01/08** **(1h aula)**	• Discutir as estratégias de marketing de serviços; • Apresentar as formas de comercialização de serviço	A era dos serviços: A importância dos serviços para a economia.
				05/08 **(1h aula)** **Aula antecipada Referente a Segunda-feira (07/08)**	• Compreender a importância da gestão de marcas para as organizações contemporâneas.	Branding: Evolução conceitos e fundamentos. (Parte I)
				07/08 **(1h aula)**	• Compreender a importância da gestão de marcas para as organizações contemporâneas.	Branding: Evolução conceitos e fundamentos (Parte II)
				08/08	• Discutir conceito e teorias do comportamento do consumidor e a sua	Análise de mercados e comportamento do consumidor. (Parte I)

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	Carga horária:	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento
				(1h aula)	relação o marketing estratégico.	
				12/08 **(1h aula)** **Aula antecipada Referente a Terça-Feira (15/08)**	• Discutir conceito e teorias do comportamento do consumidor e a sua relação o marketing estratégico	Análise de mercados e comportamento do consumidor. (Parte II)
				14/08 **(1h aula)**	• Compreender as especificidades do Benchmarking; • Entender as principais estratégias do Benchmarking utilizadas pelas empresas.	Benchmarking: O que é, objetivo, tipos, como fazer e exemplos.
				15/08	• Compreender as diferenças entre crimes contra a	Benchmarking e crimes contra propriedade intelectual, marcas,

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	**Turno:**	Manhã	**Ano letivo:**	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	**Professor:**	Fernando Galvão	**Carga horária:**	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento
				(1h aula)	propriedade intelectual, marcas, patentes e direitos autorais.	patentes e direitos autorais;
				19/08 **(1h aula)** **Aula antecipada Referente a Segunda-feira (28/08)**	• Estabelecer etapas a serem implementadas para a consolidação da empresa na gestão de vendas.	Gerenciamento das comunicações pessoais: Marketing direto e interativo, comunicação boca a boca e vendas pessoais (Parte I)
				21/08 **(1h aula)**	• Estabelecer etapas a serem implementadas para a consolidação da empresa na gestão de vendas.	Gerenciamento das comunicações pessoais: Marketing direto e interativo, comunicação boca a boca e vendas pessoais (Parte II)
				22/08 **(1h aula)**	• Identificar, analisar e desenvolver atividades de marketing promocional no contexto da	O que é merchandising e quais são os principais tipos? (Parte I)

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	Carga horária:	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento
					comunicação da comunicação mercadológica.	
				26/08 **(1h aula)** **Aula antecipada Referente a Terça-Feira 05/09**	• Identificar, analisar e desenvolver atividades de marketing promocional no contexto da comunicação da comunicação mercadológica.	O que é merchandising e quais são os principais tipos? (Parte II)
				28/08 **(1h aula)**	• Identificar e propor análises, reflexões e soluções de problemas através da prototipação de ferramentas, métodos e modelos conceituais que contribuam para a solução de problema.	Design Thinking, Criatividade e Inovação. (Parte I)
				29/08	• Identificar e propor análises, reflexões e soluções de problemas através da prototipação de ferramentas, métodos e modelos	Design Thinking, Criatividade e Inovação. (Parte II)

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	Carga horária:	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento
				(1h aula)	conceituais que contribuam para a solução de problema.	
				02/09 **(1h aula)** **Aula antecipada Referente a Segunda-feira 18/09**	• Fixar e exercitar os conteúdos mediante aplicação de atividades relativas ao Fundamentos de Marketing.	Revisão mediante aplicação de atividades práticas dos principais conteúdos discutidos nas aulas (Parte I)
				04/09 **(1h aula)**	• Fixar e exercitar os conteúdos mediante aplicação de atividades relativas ao Fundamentos de Marketing.	Revisão mediante aplicação de atividades práticas dos principais conteúdos discutidos nas aulas. (Parte II)

CARGA HORÁRIA DO PLANO: 15h

Metodologia

- A disciplina será regida pela dialogicidade e prática com recurso áudio visual
- Proposta e correção de exercícios de classe e /ou para casa.

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	Carga horária:	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento

- Usará a plataforma virtual como ambiente para construção da inteligência coletiva, onde os alunos, professores de estúdio e professores presenciais trocarão opiniões e solucionarão dúvidas a respeito da disciplina, enaltecendo assim o conhecimento coletivo.

Material de Apoio

- Lousa interativa touch screen;
- Livros;
- Slides;
- Vídeos;
- Chroma key;
- Alpha.

Estratégia de Avaliação

Conforme PORTARIA SEDUC-SUEB Nº 01 DE MAIO DE 2020

Referências

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. Elsevier Brasil, 2009.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14ª Edição. Editora Atlas, 2012. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4385703/mod_resource/content/1/Administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2C%20Kotler%20e%20Keller%2C%2014ed%2C%202012.pdf>. Acesso em 15/dez. 2021.

RICCA, D. **Administração e marketing para pequenas e médias empresas de varejo**. Editora CL-A Cultural Ltda, 2017.

KOTLER, P. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3472e2ca0932a98d7edbc110c8c58de9/$File/9938.pdf. Acesso em 15/dez. 2021.

MADRUGA, R. P. **Administração de marketing no mundo contemporâneo**. Editora FGV, 2015.

ROCHA, R. A. da; PLATT, A. A. **Administração de Marketing**. 3. ed. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2015. Disponível em: https://ead2.moodle.ufsc.br/pluginfile.php/187459/mod_resource/content/6/adm-marketing-3ed-alterado.pdf Acesso em 15/dez. 2021.

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	**Turno:**	Manhã	**Ano letivo:**	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	**Professor:**	Fernando Galvão	**Carga horária:**	40 h

Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento