

PLANO DE ENSINO
2014.2

Marketing Logístico	
Semestre: 5º.	Carga Horária: 47h
Ementa	Introdução aos principais conceitos do Marketing fazendo analogia de seus princípios com as aplicações práticas requeridas para uma adequada correlação entre conceito e prática. Análise dos efeitos financeiros e de qualidade promovidos pelo marketing logístico e propostas para maximização do desempenho em cada uma das fases do ciclo de vida logístico.
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos de Marketing • Segmentação de Mercado • Comportamento do Consumidor • Marketing, Vendas e Logística. • Ciclo de Vendas e otimização de processos • Inteligência de Marketing • Análise de Ambientes • Vantagem Competitiva
Bibliografia Básica:	KOTLER, Philip. Administração de marketing . Nova York: Prentice Hall Ptr, 2000. DIAS, Sergio Roberto. (Coord.) Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2006. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing . São Paulo: Prentice Hall, 2001.
Bibliografia Complementar:	COSTA, Antonio R; Edison de Gomes Talarico. Marketing promocional . São Paulo: Atlas, 1996. CHURCHILL JR., Gilbert A., J. Paul Peter. Marketing: criando valor para os clientes . São Paulo: Saraiva, 2000. HONORATO, Gilson. Conhecendo o Marketing . Manole, 2004. 349p
Critério de Avaliação	Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.

PROGRAMAÇÃO DAS AULAS

AULA 1 – Primeira semana

Conteúdos	Apresentação do professor e da classe. Apresentação dos objetivos e das disciplinas do Curso.
------------------	--

	<p>Considerações Gerais sobre a disciplina, calendário escolar, conteúdos das aulas, bibliografia, leituras, avaliações e Moodle.</p> <p>Expectativas da classe e esclarecimentos do professor</p> <p>Critério de Avaliação 2 provas valendo 8 pontos ou 80% da nota (uma por bimestre), 2 trabalhos valendo 2 pts ou 20% da nota (um por bimestre), integralizando 10 pontos no bimestre. O aluno fica aprovado, conforme manual do aluno se tiver média aritmética entre os dois bimestres de no mínimo 6 pts.</p>
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

Aula 2 – Segunda semana

Conteúdos	<p>INTRODUÇÃO AO MARKETING</p> <p>Apresentação do Conceito de marketing;</p> <p>Apresentação de outros conceitos aplicados ao marketing: composto de marketing; mercado, segmento e segmentação de mercado, demanda e potencial de mercado, produtos, serviços, cliente, consumidor, necessidade, satisfação de necessidade e outros.</p>
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 3 - Terceira semana

Conteúdos	A função de marketing nas organizações: a gestão de marketing nas organizações, as áreas de responsabilidade do marketing, decisões e ações estratégicas e operacionais de marketing, as atividades (os papéis) de marketing, as relações de marketing com as demais áreas funcionais da organização.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 4 – Quarta semana

Conteúdos	Aplicações de marketing: este tópico envolve uma visão geral das aplicações de marketing que surgem a partir da evolução das práticas empresariais e da dinâmica do ambiente de marketing, tais como: marketing direto, marketing de relacionamento, marketing one-to-one, marketing pessoal, marketing institucional, marketing digital e outros.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 5 - Quinta semana

Conteúdos	<p>SEGMENTAÇÃO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceito de segmentação de mercado; - Vantagens da segmentação de mercado; - Critérios de segmentação de mercado;
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 6 - Sexta semana

Conteúdos	<ul style="list-style-type: none"> - Estratégias de segmentação de mercado; - Potencial de mercado; - Potencial de vendas.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 7 – Sétima semana

Conteúdos	<p>COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR</p> <p>Características que influem no comportamento do consumidor: fatores culturais;</p>
------------------	---

	fatores sociais; fatores pessoais; fatores psicológicos.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada. Uso de vídeo, infraestrutura da Unidade.

AULA 8 – Oitava semana

Conteúdos	Revisão de conteúdo para a prova do 1º bimestre
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada. Dinâmica de Grupo.

Aula 9 – Nona semana

Conteúdos	Avaliação bimestral individual. Prova individual, dissertativa e de múltiplas escolhas. Matéria do primeiro bimestre
------------------	--

Aula 10 - Décima semana

Conteúdos	Vistas de Prova. Reforço de conteúdos da prova. Apresentação das provas corrigidas Discussão. Avaliação da disciplina .
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 11 – Décima primeira semana

Conteúdos	Características que influem no comportamento do consumidor: fatores culturais; fatores sociais; fatores pessoais; fatores psicológicos. Papéis do consumidor: iniciador; influenciador; decisor; comprador; usuário.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 12 – Décima segunda semana

Conteúdos	Definições e conceitos sobre marketing, vendas e logística. Ciclo de vendas e otimização de processos.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 13 – Décima terceira semana

Conteúdo	INTELIGÊNCIA DE MARKETING Conceito de Sistema de informações de marketing (SIM); identificação das necessidades de informações; componentes do Sistema de Informações de Marketing (SIM); sistema de Registros Internos; Sistema de Inteligência de marketing; Sistema de Pesquisa de Marketing;
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 14 – Décima quarta semana

Conteúdos	Processo para a formação do canal de distribuição e suas funções básicas
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 15 – Décima quinta semana

Conteúdos	Funções básicas dos canais de distribuição e seus modelos básicos
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada. Trabalho em grupo, simulação do processo de recrutamento e seleção.

AULA 16 – Décima sexta semana

Conteúdos	Análise de ambiente: macro e micro ambiente Vantagem Competitiva
------------------	---

Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.
--------------------	---------------------------------------

AULA 17 - Décima sétima semana

Conteúdos	Revisão do conteúdo do segundo bimestre para avaliação.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 18 - Décima oitava semana

Instrumento	Avaliação bimestral individual. Prova individual, dissertativa e de múltiplas escolhas.
Temas abordados	Matéria do segundo bimestre
Critérios	Questões: 1. Identificação dos principais conceitos 2. Correlação dos conteúdos estudados com a prática administrativa
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 19 - Décima nona semana

Conteúdos	Vistas de Prova. Reforço de conteúdos da prova. Apresentação das provas corrigidas Apresentação dos exercícios de recuperação.
Metodologia	Aula expositiva, exposição dialogada.

AULA 20 – Vigésima semana

Conteúdo	Recuperação
-----------------	-------------