

PLANO DE ENSINO
2016.1

Tópicos Avançados em Marketing	
Módulo E	Carga Horária: 50 h
Ementa	Estudos de tópicos contemporâneos do Marketing. Aliado ao conteúdo da disciplina focar-se-á a temática empreendedorismo e pensamento crítico no intuito de estabelecer a autonomia intelectual e a identificação de oportunidades por parte dos discentes.
Conteúdo	Brainstorming, planejamento e estratégias de Marketing; Mix de marketing: preço, produto, comunicação, distribuição, utilização do plano de marketing; Alternativas para resolução de problemas, dificuldades para atingimento dos objetivos, análise dos papéis e interação com facilitador; Marketing Social e Ambiental. Distribuição: estratégia e níveis de canal; estrutura e funções dos canais; atacado e distribuidor; varejo (redes, lojas independentes, franquias, e-commerce).
Bibliografia Básica:	BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. Comportamento do Consumidor . Tradução Eduardo Teixeira Ayrosa. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 606p. GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor . São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. KOTLER, P. KELLER, KEVIN LANE. Administração de marketing . 12ªed. São Paulo: Prentice Hall, 2006. 750 p. ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 46, n. 4, dez. 2006. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902006000400005&lng=pt&nrm=iso >. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902006000400005 .
Bibliografia Complementar:	CAMARGO, Pedro. Comportamento do Consumidor: a anatomia e a fisiologia do consumo . Ribeirão Preto: Novo Conceito, 2010. 168p. CARVALHO, José Jorge de. Inclusão étnica e racial no Brasil . Attar Editorial. São Paulo: 2006. 206p. HAWKINS, Del I.; MOTHERSBAUGH, David L.; BEST, Roger J.. Comportamento do Consumidor: construindo a estratégia de marketing . Tradução Cláudia Mello Belhassof. Rio de Janeiro: Campus, 2007. 508p. OGURI, Lúcia Maria Bittencourt; CHAUVEL, Marie Agnes; SUAREZ, Maribel Carvalho. O processo de criação das telenovelas. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 49, n. 1, mar. 2009. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902009000100006&lng=pt&nrm=iso >. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000100006 . VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tânia Modesto; IKEDA, Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 44, n. 3, set. 2004. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-

	<p>75902004000300007&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902004000300007.</p>
Critério de Avaliação	<p>Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos</p> <p>Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos</p> <p>Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.</p>

AULA 1 – Primeira semana

Conteúdos	Apresentação Docente, Plano de Ensino, Planejamento do aula a aula, explicação dos critérios de avaliação, cronograma com as datas importantes, combinados (orientações gerais) para o semestre A importância do estudo do comportamento do consumidor
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 2 – Segunda semana

Conteúdos	Brainstorming, planejamento e estratégias de Marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 3 - Terceira semana

Conteúdos	Mix de marketing: preço, produto, comunicação, distribuição, utilização do plano de marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 4 – Quarta semana

Conteúdos	Mix de marketing: preço, produto, comunicação, distribuição, utilização do plano de marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 5 - Quinta semana

Conteúdos	Mix de marketing: preço, produto, comunicação, distribuição, utilização do plano de marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 6 - Sexta semana

Conteúdos	Alternativas para resolução de problemas, dificuldades para atingimento dos objetivos, análise dos papéis e interação com facilitador
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 7 – Sétima semana

Conteúdos	Marketing Social e Ambiental
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 8 – Oitava semana

Conteúdos	Revisão dos principais conteúdos para a avaliação bimestral individual.
------------------	---

Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.
--------------------	--

Aula 9 – Nona semana

Instrumento	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 1º bimestre.
Critérios	

Aula 10 - Décima semana

Conteúdos	Vistas das Provas, esclarecimento das dúvidas e informe da composição da nota. Revisão do conteúdo.
Metodologia	Atendimento individualizado para o esclarecimento de dúvidas. Revisão da Teoria com exercícios práticos.

AULA 11 – Décima primeira semana

Conteúdos	Distribuição: estratégia e níveis de canal; estrutura e funções dos canais; atacado e distribuidor; varejo (redes, lojas independentes, franquias, e-commerce).
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 12 – Décima segunda semana

Conteúdos	Distribuição: estratégia e níveis de canal;
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 13 – Décima terceira semana

Conteúdos	Distribuição: estrutura e funções dos canais;
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 14 – Décima quarta semana

Conteúdos	Distribuição: atacado e distribuidor
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 15 – Décima quinta semana

Conteúdos	Distribuição: varejo (redes, lojas independentes, franquias, e-commerce).
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 16 – Décima sexta semana

Conteúdos	Distribuição: varejo (redes, lojas independentes, franquias, e-commerce).
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excel) ou laboratório.

AULA 17 - Décima sétima semana

Conteúdos	Revisão dos conteúdos das aulas 10 em diante
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 18 – Décima oitava semana

Conteúdos	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Metodologia	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.

AULA 19 – Décima nona semana

Instrumento	Vistas e revisão de conteúdo
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Critérios	

AULA 20 – Vigésima Semana

Instrumento	Recuperação
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Critérios	