

## PLANO DE AULA

Curso:	Técnico em Marketing		Turno:	Manhã		Ano letivo:	2023
Disciplina:	Planejamento de Marketing		Professor:	Nayra Tyanne de Almeida Freitas		Carga horária:	40 hs
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.	<p><b>(EMIFCG03)</b> Utilizar informações, conhecimentos e ideias resultantes de investigações científicas para criar ou propor soluções para problemas diversos.</p> <p><b>(EMIFCG09)</b> Participar ativamente da proposição, implementação e avaliação de solução para problemas socioculturais e/ou ambientais em nível local, regional, nacional e/ou global, corresponsbilizando-se</p>	<p><b>(EMIFCG05)</b> Questionar, modificar e adaptar ideias existentes e criar propostas, obras ou soluções criativas, originais ou inovadoras, avaliando e assumindo riscos para lidar com as incertezas e colocá-las em prática.</p> <p><b>(EMIFCG07):</b> Reconhecer e analisar questões sociais, culturais e ambientais diversas, identificando e incorporando valores importantes para si e para o coletivo que assegurem a tomada de decisões conscientes, consequentes, colaborativas e responsáveis.</p> <p><b>(EMIFCG09)</b> Participar ativamente da proposição, implementação e avaliação de solução para problemas socioculturais e/ou ambientais em nível local, regional, nacional e/ou global, corresponsbilizando-se</p>	<p><b>Tema Integrador: Economia Local</b></p> <p>O Marketing é uma área que tem se expandido significativamente dentro das organizações. Nesse sentido sua relevância para gerar valor competitivo à empresa é notória. O profissional da área deve se qualificar constantemente para atender as exigências das organizações, uma vez que o mercado está cada vez mais volátil e em constante transformação, destacado que esse profissional desde o inicio de seus estudos já pode agregar valor as atividades empresariais desenvolvidas na região onde ele mora.</p>	<p><b>17/04</b> (2h aula)</p> <p><b>24/04</b> (2h aula)</p> <p><b>01/05</b></p> <p><b>08/05</b> (2h aula)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar os conceitos introdutórios relativos a Administração de Marketing;</li> <li>Destacar a importância do Marketing e as tarefas necessárias para uma Administração de Marketing bem-sucedida.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compreender o que é valor, satisfação e fidelidade para o cliente;</li> <li>Entender como as empresas podem atrair e reter clientes.</li> </ul> <p><b>FERIADO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir como o Marketing afeta o valor para o cliente;</li> </ul>	<p>Conceitos introdutórios: definição, aplicabilidade, importância, tendências, tarefas fundamentais de Marketing</p> <p>Marketing e valor para o cliente:</p> <p>Satisfação, valor e fidelidade do cliente;</p> <p>Marketing e valor para o cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- O processo de entrega de valor;</li> <li>- A cadeia de valor</li> </ul>	

## PLANO DE AULA

Curso:	Técnico em Marketing		Turno:	Manhã		Ano letivo:	2023
Disciplina:	Planejamento de Marketing		Professor:	Nayra Tyanne de Almeida Freitas		Carga horária:	40 hs
Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional	Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento	
diversidade de indivíduos e de grupos sociais, seus saberes, identidades, culturas e potencialidades, sem preconceitos de qualquer natureza		pela realização de ações e projetos voltados ao bem comum.			<ul style="list-style-type: none"> <li>Classificar a cadeia de valor e seu papel estratégico para a organização.</li> </ul>	- Competências centrais	
				15/05 (2h aula)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entender como o planejamento estratégico é realizado nos diferentes níveis organizacionais</li> <li>Descrever do que se constitui um Plano de Marketing.</li> </ul>	Marketing e valor para o cliente;  Marketing holístico e valor para o cliente;  O papel central do planejamento estratégico	
				22/05 (2h aula)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conceituar o que é missão e sua conexão com o negócio.</li> <li>Definir as dimensões de negócio.</li> </ul>	Planejamento estratégico corporativo e em nível de divisão:  Definição da missão corporativa;  Definição de negócio.	
				29/05 (2h aula)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relacionar as estratégias de avaliação de oportunidades de crescimento;</li> </ul>	Planejamento estratégico corporativo e em nível de divisão:  - Oportunidade de crescimento;	

## PLANO DE AULA

<b>Curso:</b>	Técnico em Marketing		<b>Turno:</b>	Manhã		<b>Ano letivo:</b>	2023
<b>Disciplina:</b>	Planejamento de Marketing		<b>Professor:</b>	Nayra Tyanne de Almeida Freitas		<b>Carga horária:</b>	40 hs
Competências	Habilidades	Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional		Integração entre as áreas e/ou componentes	Data	Objetivos de aprendizagem	Objeto de conhecimento
						<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar como a cultura organizacional pode impactar na implementação de um planejamento estratégico.</li> </ul>	<p>- Organização e cultura organizacional.</p>

**CARGA HORÁRIA DO PLANO: 12 h**

### Metodologia

- A disciplina será regida pela dialogicidade e prática com recurso áudio visual;
- Proposta e correção de exercícios de classe e /ou para casa;
- 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 28 DE JANEIRO DE 2019;

### Referências

## PLANO DE AULA

<b>Curso:</b>	Técnico em Marketing		<b>Turno:</b>	Manhã		<b>Ano letivo:</b>	2023
<b>Disciplina:</b>	Planejamento de Marketing		<b>Professor:</b>	Nayra Tyanne de Almeida Freitas		<b>Carga horária:</b>	40 hs
<b>Competências</b>		<b>Habilidades</b>	<b>Habilidades específicas dos itinerários de formação técnica profissional</b>	<b>Integração entre as áreas e/ou componentes</b>	<b>Data</b>	<b>Objetivos de aprendizagem</b>	<b>Objeto de conhecimento</b>

**Básicas:**

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

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14<sup>a</sup> 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](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.

**Complementares:**

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](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](https://ead2.moodle.ufsc.br/pluginfile.php/187459/mod_resource/content/6/adm-marketing-3ed-alterado.pdf) Acesso em: 15/dez. 2021