

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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.	(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, seleccionar, 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 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	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.	17/04 (1h aula)	Compreender quais os principais conceitos, tarefas e ferramentas de marketing e sua inter-relação com as demais áreas funcionais.	Conceitos e ferramentas de marketing, Definição de valor, satisfação e retenção de clientes.
				18/04 (1h aula)	Compreender quais os principais conceitos, tarefas e ferramentas de marketing e sua inter-relação com as demais áreas funcionais.	Conceitos e ferramentas de marketing, Definição de valor, satisfação e retenção de clientes.
				24/04 (1h aula)	Conhecer os fundamentos, a teoria e os aspectos referentes ao marketing. Estudar o sistema de administração do marketing.	Administração de marketing e suas Relações com mercado.
				25/04	Conhecer os fundamentos, a teoria e os aspectos referentes ao marketing.	Administração de marketing e suas Relações com mercado.

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
				(1h aula)	Estudar o sistema de administração do marketing.	
				01/05	FERIADO	FERIADO
				02/05 (1h aula)	Analisar o mix de marketing: produto, preço, promoção e distribuição, seus conceitos e aplicabilidade nas organizações.	Mix de marketing: produto, preço, promoção e distribuição.
				08/05 (1h aula)	Analisar o mix de marketing: produto, preço, promoção e distribuição, seus conceitos e aplicabilidade nas organizações	Mix de marketing: produto, preço, promoção e distribuição.
				09/05 (1h aula)	Conhecer os fatores-chave para rastrear e identificar as principais tendências, oportunidades e	Análise do Ambiente de Marketing: Análise Macro ambiental e Análise Micro ambiental.

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
					ameaças do ambiente externo e interno.	
				15/05 (1h aula)	Conhecer os componentes de um moderno sistema de informações de Marketing, compreendendo como sistemas de apoio podem auxiliar na tomada de decisões de Marketing.	Sistema de Informação de Marketing e Pesquisa de Mercado.
				16/05 (1h aula)	Conhecer os componentes de um moderno sistema de informações de Marketing, compreendendo como sistemas de apoio podem auxiliar na tomada de decisões de Marketing.	Sistema de Informação de Marketing e Pesquisa de Mercado.
				22/05 (1h aula)	Conhecer os diversos critérios de segmentação de mercado e compreender como uma empresa	Identificação de segmentos de mercado e seleção de mercados-alvo.

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
					pode identificar os segmentos que compõem um mercado e escolher o(s) segmento(s) que irá atender.	
				23/05 (1h aula)	Conhecer os diversos critérios de segmentação de mercado e compreender como uma empresa pode identificar os segmentos que compõem um mercado e escolher o(s) segmento(s) que irá atender.	Identificação de segmentos de mercado e seleção de mercados-alvo.
				29/05 (1h aula)	Entender a importância do marketing de serviços, suas relações, seus conceitos, sua aplicabilidade, possibilitando reflexões a cerca das características e peculiaridades dos serviços nas organizações.	Marketing de serviços: A natureza dos serviços e estratégias de marketing para as empresas prestadoras de serviço.
				30/05	Entender a importância do	Marketing de serviços: A natureza dos serviços

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
				(1h aula)	marketing de serviços, suas relações, seus conceitos, sua aplicabilidade, possibilitando reflexões a cerca das características e peculiaridades dos serviços nas organizações.	e estratégias de marketing para as empresas prestadoras de serviço.
				05/06 (1h aula)	Ajudar as empresas a conquistar e fidelizar clientes, além de fazer com que eles se tornem defensores e divulgadores da marca.	Marketing de Relacionamento: Conceitos Fundamentais para a Relação com os clientes.
				06/06 (1h aula)	Ajudar as empresas a conquistar e fidelizar clientes, além de fazer com que eles se tornem defensores e divulgadores da marca.	Marketing de Relacionamento: Conceitos Fundamentais para a Relação com os clientes.
				12/06 (1h aula)	Compreender os aspectos de atendimento ao cliente interno e externo.	Gerenciamento de Endomarketing: um Pré-requisito para o Atendimento a Clientes

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
				13/06 (1h aula)	Compreender os aspectos de atendimento ao cliente interno e externo.	Gerenciamento de Endomarketing: um Pré-requisito para o Atendimento a Clientes
				19/06 (1h aula)	Capacitar para a adoção de práticas e comportamentos que promovam o desenvolvimento pessoal e profissional, visando à inserção no mercado de trabalho e a excelência do atendimento ao público.	O Primeiro Princípio para um Bom Atendimento: Adequação do Composto de Marketing às Necessidades do Cliente.
				20/06 (1h aula)	Capacitar para a adoção de práticas e comportamentos que promovam o desenvolvimento pessoal e profissional, visando à inserção no mercado de trabalho e a excelência do atendimento ao público.	O Primeiro Princípio para um Bom Atendimento: Adequação do Composto de Marketing às Necessidades do Cliente .

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
				26/06 (1h aula)	Compreender as especificidades do Plano de marketing; Refletir sobre o processo de agregar valor ao Plano de marketing.	Plano de marketing e suas etapas.
				27/06 (1h aula)	Compreender as especificidades do Plano de marketing; Refletir sobre o processo de agregar valor ao Plano de marketing.	Plano de marketing e suas etapas.
				03/07 (1h aula)	Estimular a habilidade de pensar estrategicamente, sempre voltada para a obtenção de resultados no ambiente web e digital.	Marketing tradicional x Marketing digital.
				04/07 (1h aula)	Estimular a habilidade de pensar estrategicamente, sempre voltada para a obtenção de resultados no ambiente web e digital.	Fundamentos do Marketing Digital.

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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
				10/07 (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.
				11/07 (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.

CARGA HORÁRIA DO PLANO: 25h

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;

PLANO DE AULA

Curso:	Administração	Turno:	Manhã	Ano letivo:	2023	
Disciplina:	Administração de Marketing	Professor:	Fernando Galvão	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

➤ 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](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.