



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		<b>Campus:</b> Goiabeiras	
<b>Curso:</b> Administração			
<b>Departamento Responsável:</b> Departamento de Administração			
<b>Data de Aprovação (Art. nº 91):</b> 28/03/2022			
<b>Docente responsável:</b> Prof. Dr. Anderson Soncini Pelissari			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> Doutor em Engenharia de Produção <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4131944H9">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4131944H9</a>			
<b>Disciplina:</b> Tópicos Especiais em Gestão de Marketing – 2022/1		<b>Código:</b> ADM – 06167	
<b>Pré-requisito:</b>		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h	
<b>Créditos:</b> 4 créditos	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60		
<b>Ementa:</b> Fundamentos de abordagens dos estudos organizacionais que tenham um caráter contemporâneo e se relacionem com temáticas que ofereçam contribuições específicas ao serem estudadas. Diante disso, o foco da disciplina é desenvolver uma abordagem com base na “Análise de Mercado e Empreendedorismo”. A abordagem do curso está orientada para temáticas envolvendo a GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES, EMPREENDEDORISMO e MARKETING. No curso, ocorrerão debates sobre as temáticas relacionadas acima - para a gestão de negócios e novos negócios -, envolvendo o processo de identificação de novas oportunidades e gerenciamento dos negócios. O sentido é contribuir no desenvolvimento de habilidades empreendedoras e gerenciais. A busca é entender a formação empreendedora, em sua visão, micro e macro, relacionada à gestão de negócios e análise do ambiente de mercado, a fim de construir uma nova agenda de debate e amadurecimento da VISÃO dos participantes da disciplina.			



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

<b>Objetivos Específicos</b>						
<p>1. Proporcionar aos alunos a desenvolverem e gerenciarem seu empreendimento, por meio da identificação de novas oportunidades de negócios e da construção de um plano de negócios.</p> <p><b>Ao final da disciplina, espera-se que os alunos estejam aptos a:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Desenvolver espírito empreendedor e reflexivo;</li><li>- Aumentar o nível de oportunidades de empreender;</li><li>- Desenvolver ferramentas adequadas para a construção do plano de negócios;</li><li>- Desenvolver ferramentas adequadas para a gestão de negócios;</li></ul>						
<b>Conteúdo Programático</b>						
<ul style="list-style-type: none"><li>- Empreendedorismo e Gestão de Negócios;</li><li>- Caso prático de Empreendedorismo;</li><li>- O Empreendedor como Gestor</li><li>- Plano de Negócios</li><li>- Estratégias de Comercialização</li><li>- Criando Vantagem Competitiva Sustentável</li><li>- Marketing de Serviços e Relacionamento</li></ul>						
<b>Metodologia</b>						
<p>Para o desenvolvimento do Curso, serão utilizadas exposições dialogadas, exercícios individuais e em grupos, leitura e discussão de textos e estudos de casos. Utilização de quadro branco, data show e caixa de som.</p>						
<b>Critérios/Processo de avaliação da Aprendizagem</b>						
<p>- Na avaliação da aprendizagem, serão utilizadas a <b>modalidade formativa e somativa</b>.</p> <p>- Em <b>função das técnicas</b>, serão utilizadas a <b>observação simples e a testagem</b> através de uma prova, com questões objetivas e discursivas elaboradas pelo professor. <b>O total da nota do semestre é de 10,0 pontos (100%). Os pontos serão divididos como segue:</b></p> <table><thead><tr><th></th><th>Peso</th></tr></thead><tbody><tr><td><b>A) Uma (01) Prova no Semestre</b></td><td><b>50%</b></td></tr><tr><td><b>B) Um (01) trabalho em Grupo</b></td><td><b>50%</b></td></tr></tbody></table> <p>Gestão de Negócios e Marketing (<b>Critérios de avaliação – Apêndice A</b>)</p> <p><b>Obs.: 1)</b> O trabalho de <b>Gestão de Negócios e Marketing</b> deverá ter no <b>máximo 15 páginas</b>; deverá ser elaborado <b>em grupo com no máximo 4 integrantes</b>; e deverá ser <b>enviado para o e-mail</b> do professor <b>até o dia 22/07/2022</b> em <b>Word e slides de apresentação</b>.</p>		Peso	<b>A) Uma (01) Prova no Semestre</b>	<b>50%</b>	<b>B) Um (01) trabalho em Grupo</b>	<b>50%</b>
	Peso					
<b>A) Uma (01) Prova no Semestre</b>	<b>50%</b>					
<b>B) Um (01) trabalho em Grupo</b>	<b>50%</b>					



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANEXO I**

**Obs.: 2)** Haverá um modelo de ficha de avaliação para melhor mensuração das apresentações.

**Obs.: 3)** O aluno ausente no dia da apresentação do trabalho ficará sem a nota.

**Situação Final:**

< que 7,0 = Prova Final

> ou = a 7,0 = Aprovado

**Após a prova final: ((Média Semestral + Prova final)/2) igual ou maior do que 5 = Aprovado**

**ATENÇÃO:**

1. O aluno deve estar presente, no mínimo, em 75% das aulas.
2. Atividades profissionais **não** abonam faltas.

O aluno deve estar presente, **no mínimo**, em 75% das aulas. Vale ressaltar que os alunos que não comparecerem a, pelo menos, 75% das aulas serão reprovados por falta independentemente dos resultados obtidos em outros quesitos do processo de avaliação, ressalvados os casos previstos pelas normas da UFES.

É de total responsabilidade do aluno acompanhar sua frequência. É permitida a ausência em até 25% (vinte e cinco por cento) das aulas da disciplina, ou seja, o equivalente a 15 faltas (ou 7 aulas e meia de 2 horas de duração) para uma carga horária de 60 horas-aula (30 encontros de 2 horas), embora não seja aconselhável a ausência.

**Caso seja necessário e naqueles casos previstos em lei, o aluno deverá procurar a Pró-Reitoria de Graduação para solicitar amparo legal às suas atividades discentes. O professor da disciplina não aceitará nenhum tipo de atestado para compensar ou justificar faltas.**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

<b>Bibliografia básica</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. CHÉR, Rogério. <b>A gerência das pequenas e médias empresas</b>: o que saber para administrá-las. São Paulo: Maltese, 1991.</li><li>2. DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo</b>: transformando idéias em negócios. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xiii, 232 p.</li><li>3. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de Marketing</b>. 14. ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2013 ou 2006.</li></ol> <p><a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/309">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/309</a></p>			
<b>Bibliografia complementar</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. BANGS, David H. <b>Guia prático como abrir seu próprio negócio</b>: um guia completo para novos empreendedores. São Paulo: Nobel, 1999. x, 155 p.</li><li>2. CHIAVENATO, Idalberto. <b>Empreendedorismo</b>: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005. 4</li><li>3. DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). <b>Gestão de Marketing</b>. E. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.</li><li>4. DRUCKER, Peter Ferdinand. <b>Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)</b>: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002. 378 p.</li><li>5. MORRIS, Michael J. <b>Iniciando uma pequena empresa com sucesso</b>. São Paulo: Makron: McGraw-Hill, c1991. 240 p.</li></ol>			
<b>Cronograma de Aula – Tópicos Especiais em Gestão de MKT – 2022/1 – 3ª de 07h às 09h e 5ª-feira de 09h às 11h</b>			
01	19/04 (3ª-feira)	Apresentação do Programa, definições de avaliação, de grupos e transmissão quanto ao método de ensino.	Prof. Anderson
02	<b>26/04</b> (3ª-feira)	<b>Aula Unidade I – Empreendedorismo</b>	Prof. Anderson
03	28/04 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade I – Desenvolvendo Competências Gerenciais.</b>	Prof. Anderson
04	<b>03/05</b> (3ª-feira)	<b>Aula Unidade I – Analisando as Megatendências.</b>	Prof. Anderson
05	05/05 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade I – Analisando as Megatendências. Análise das Forças Competitivas</b>	Prof. Anderson



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

06	<b>10/05</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Estudo de Caso 1</b> – Conheça as conquistas de Luís V Quintas	<b>Todos os alunos</b>
07	12/05 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo	Prof. Anderson
08	<b>17/05</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo	Prof. Anderson
09	19/05 (5ª-feira)	<b>Estudo de Caso 2</b> – A hora de expandir o negócio	<b>Todos os alunos</b>
10	<b>24/05</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Comércio	Prof. Anderson
11	26/05 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Indústria 1 produto	Prof. Anderson
12	<b>31/05</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Indústria vários produtos	Prof. Anderson
13	02/06 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Correção de exercícios	Prof. Anderson e Alunos
14	<b>07/06</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Aula Unidade II</b> – Correção de exercícios	Prof. Anderson
15	09/06 (5ª-feira)	<b>Estudo de Caso 3</b> – O preço de ser popular	<b>Todos os alunos</b>
16	<b>14/06</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades I e II).</b>	<b>Todos os alunos</b>
17	<b>21/06</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Devolutiva da Avaliação – Prova</b>	Prof. Anderson
18	23/06 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade III</b> – Plano de Negócios.	Prof. Anderson
19	<b>28/06</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Aula Unidade IV</b> – Empreendedor como Gestor.	Prof. Anderson
20	30/06 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade IV</b> – Empreendedor como Gestor. (O significado dos indicadores – Texto 1)	Prof. Anderson e Alunos
21	<b>05/07</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Estudo de Caso 4</b> – Um caso de empreendedorismo familiar	<b>Todos os alunos</b>
22	07/07 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade V</b> – Estratégias de Comercialização	Prof. Anderson
23	<b>12/07</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Estudo de Caso 5</b> – Desafios da Weg no Mercado Chinês	<b>Todos os alunos</b>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANEXO I**

24	14/07 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade VI - Criando Vantagem Competitiva Sustentável</b>	Prof. Anderson
25	<b>19/07</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Aula Unidade VII - Marketing de Serviços e Relacionamento</b>	Prof. Anderson
26	21/07 (5ª-feira)	<b>Estudo de Caso 6 - Desenvolvendo pessoas - Conquistando Mercado</b>	<b>Todos os alunos</b>
	<b>22/07</b> <b>(6ª-feira)</b>	<b>Envio do trabalho final digitado em Word e envio dos slides de apresentação.</b>	<b>Todos os grupos</b>
27	<b>26/07</b> <b>(3ª-feira)</b>	Apresentação do Trabalho - Gestão de Negócios e Marketing	<b>GRUPO</b>
28	28/07 (5ª-feira)	Apresentação do Trabalho - Gestão de Negócios e Marketing	<b>GRUPO</b>
29	<b>02/08</b> <b>(3ª-feira)</b>	Apresentação do Trabalho - Gestão de Negócios e Marketing	<b>GRUPO</b>
30	04/08 (5ª-feira)	<b>Entrega do Resultado Final.</b>	<b>Todos os alunos</b>
	<b>23/08</b> <b>(3ª-feira)</b>	<b>Prova Final.</b>	<b>Alunos de Prova Final</b>

**AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades I e II): 14 / 06 / 2022 (3ª-feira).**

**PROVA FINAL = 23 / 08 / 2022 (3ª-feira).**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ENSINO CCJE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANEXO I**

**APÊNDICE A**

**Trabalho de conclusão da disciplina Tópicos Especiais em Gestão de Marketing**

O trabalho proposto consiste numa análise feita pelo grupo de alunos sobre as ações de Gestão, Empreendedorismo e Marketing de uma empresa real, sob o acompanhamento e orientação do Professor da disciplina. O professor estará disponível para esclarecer qualquer dúvida sobre o trabalho, tanto de forma virtual, com agendamento prévio, quanto por e-mail. **O trabalho deverá ser desenvolvido em grupo com no máximo 4 integrantes, e deverá ter no máximo 15 páginas de texto escrito, não contando as páginas pré-textuais e pós-textuais.**

O processo de avaliação se dará conforme a estrutura abaixo e **cada parte valerá 1,00 ponto**, perfazendo um **total de 5,00 pontos o trabalho final**.

- 1) **Análise do Valor e Satisfação do Consumidor**
- 2) **Análise de Mercado**
- 3) **Análise do Segmento de Mercado**
- 4) **Estratégias do Marketing Mix**
- 5) **Mudanças sugeridas e Considerações finais**

**Cada etapa, avaliada como ótimo, obterá 1,00 ponto. Assim, o valor calculado para as 5 (etapas) x 1,00 ponto, formará a nota final do trabalho escrito no total de 5,00 pontos.**

**Legenda da pontuação para cada item acima:**

Ótimo: 1,0
Muito bom: 0,80
Bom: 0,60
Regular: 0,40
Insuficiente: 0,20