



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

<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> 24/08/2022			
<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 – 2022/2		<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.			



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

<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 e Gestão de Marketing.</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 e de Marketing;</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>- Plano de Negócios;</li><li>- O Empreendedor como Gestor;</li><li>- Estratégias de Comercialização;</li><li>- Compreendendo a base de Recursos Organizacionais;</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>						
<ul style="list-style-type: none"><li>- Na avaliação da aprendizagem, serão utilizadas a <b>modalidade formativa e somativa</b>.</li><li>- 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></li></ul> <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 25 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 18/12/2022</b> em <b>Word e slides de apresentação</b>.</p> <p><b>Obs.: 2)</b> Haverá um modelo de ficha de avaliação para melhor mensuração das apresentações.</p> <p><b>Obs.: 3)</b> O aluno ausente no dia da apresentação do trabalho ficará sem a nota.</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>					



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**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 para uma carga horária de 60 horas-aula (15 encontros de 4 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.**

**Bibliografia básica**

1. CHÉR, Rogério. **A gerência das pequenas e médias empresas**: o que saber para administrá-las. São Paulo: Maltese, 1991.
2. DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xiii, 232 p.
3. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2013 ou 2006.

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/309>



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**Bibliografia complementar**

1. BANGS, David H. **Guia prático como abrir seu próprio negócio**: um guia completo para novos empreendedores. São Paulo: Nobel, 1999. x, 155 p.
2. CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005. 4
3. DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). **Gestão de Marketing**. E. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
4. DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002. 378 p.
5. MORRIS, Michael J. **Iniciando uma pequena empresa com sucesso**. São Paulo: Makron: McGraw-Hill, c1991. 240 p.

**Cronograma de Aula – Tópicos Especiais em Gestão de MKT – 2022/2  
– 5ª-feira de 07h às 11h**

01	15/09 (5ª-feira)	Apresentação do Programa, definições de avaliação, de grupos e transmissão quanto ao método de ensino. <b>Aula Unidade I</b> – Empreendedorismo <b>Aula Unidade I</b> – Desenvolvendo Competências Gerenciais. Texto 1 Brasileiro almeja negócio próprio Texto 2 Competência Texto 3 Prepare-se para rotinas de desafios	Prof. Anderson e Alunos
02	22/09 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade I</b> – Analisando as Megatendências. <b>Aula Unidade I</b> – Análise das Forças Competitivas Texto 4 Formulários Forças Competitivas	Prof. Anderson e Alunos
03	29/09 (5ª-feira)	<b>Estudo de Caso 1</b> – Conheça as conquistas de Luís V. Quintas <b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo	Prof. Anderson e Alunos
04	06/10 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo <b>Estudo de Caso 2</b> – A hora de expandir o negócio	Prof. Anderson e Alunos
05	13/10 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Comércio Lista de Exercícios	Prof. Anderson e Alunos
06	20/10 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Indústria 1 produto Lista de Exercícios	Prof. Anderson e Alunos
07	27/10 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade II</b> – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Indústria vários produtos Lista de Exercícios	Prof. Anderson e Alunos



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

08	10/11 (5ª-feira)	<b>Estudo de Caso 3</b> – O preço de ser popular <b>Aula Unidade III</b> – Plano de Negócios. Texto 1 Plano de negócios é estratégico	Prof. Anderson e Alunos
09	17/11 (5ª-feira)	Revisão para a prova <b>AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades I e II).</b>	Prof. Anderson e Alunos
10	24/11 (5ª-feira)	<b>Correção e Devolutiva da 1ª Prova.</b> <b>Aula Unidade IV</b> – Empreendedor como Gestor. Texto 1 O significado dos indicadores	Prof. Anderson e Alunos
11	01/12 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade V</b> – Estratégias de Comercialização <b>Estudo de Caso 4</b> – Um caso de empreendedorismo familiar	Prof. Anderson e Alunos
12	08/12 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade VI</b> – Compreendendo a base de Recursos Organizacionais <b>Estudo de Caso 5</b> – Desafios da Weg no Mercado Chinês	Prof. Anderson e Alunos
13	15/12 (5ª-feira)	<b>Aula Unidade VII</b> – Criando Vantagem Competitiva Sustentável <b>Aula Unidade VIII</b> – Marketing de Serviços e Relacionamento <b>Estudo de Caso 6</b> – Desenvolvendo pessoas - Conquistando Mercado	Prof. Anderson e Alunos
	18/12 (Domingo)	<b>Envio do trabalho final digitado em Word e envio dos slides de apresentação.</b>	<b>Todos os grupos</b>
14	22/12 (5ª-feira)	Apresentação dos Trabalhos - Gestão de Negócios e Marketing	<b>Todos os alunos</b>
15	26/01/23 (5ª-feira)	Apresentação dos Trabalhos - Gestão de Negócios e Marketing <b>Resultado Final</b>	<b>Todos os alunos e Prof. Anderson</b>
	<b>16/02/23 (5ª-feira)</b>	<b>Prova Final.</b>	<b>Alunos de Prova Final</b>

**AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades I e II): 17 / 11 / 2022 (5ª-feira).**

**PROVA FINAL = 16 / 02 / 2023 (5ª-feira).**



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**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 25 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 e Segmento de Mercado**
- 3) **Diferencial Competitivo e Estratégias de Comercialização**
- 4) **Vantagem Competitiva Sustentável e Marketing de Relacionamento**
- 5) **Estratégias do Marketing Mix; 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