



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

PLANO DE ENSINO			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Administração			
Departamento Responsável: Departamento de Administração			
Data de Aprovação (Art. nº 91): 21/12/2023			
Docente responsável: Prof. Dr. Anderson Soncini Pelissari			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: Doutor em Engenharia de Produção http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4131944H9			
Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão de Marketing – 2024/1		Código: ADM – 06167	
Pré-requisito:		Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 4 créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60		
Ementa: Abordagens em desenvolvimento inicial no campo dos estudos de marketing e que indicam contribuições relevantes para a temática. Tendências futuras de abordagens dos estudos de marketing que tenham um caráter contemporâneo e se relacionem com temáticas que ofereçam contribuições específicas ao serem estudadas à parte.			
Foco principal: 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.			



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

<p>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.</p>						
<p>Objetivos Específicos</p>						
<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>Ao final da disciplina, espera-se que os alunos estejam aptos a:</p> <ul style="list-style-type: none">- Desenvolver espírito empreendedor e reflexivo;- Aumentar o nível de oportunidades de empreender;- Desenvolver ferramentas adequadas para a construção do Plano de Negócios;- Desenvolver ferramentas adequadas para a Gestão de Negócios e de Marketing;						
<p>Conteúdo Programático</p>						
<ul style="list-style-type: none">- Empreendedorismo e Gestão de Negócios;- Caso prático de Empreendedorismo;- Plano de Negócios;- O Empreendedor como Gestor;- Estratégias de Comercialização;- Compreendendo a base de Recursos Organizacionais;- Criando Vantagem Competitiva Sustentável;- Marketing de Serviços e Relacionamento.						
<p>Metodologia</p>						
<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>						
<p>Critérios/Processo de avaliação da Aprendizagem</p>						
<p>- Na avaliação da aprendizagem, serão utilizadas a modalidade formativa e somativa. - Em função das técnicas, serão utilizadas a observação simples e a testagem através de uma prova, com questões objetivas e discursivas elaboradas pelo professor. O total da nota do semestre é de 10,0 pontos (100%). Os pontos serão divididos como segue:</p> <table><thead><tr><th></th><th>Peso</th></tr></thead><tbody><tr><td>A) Duas (02) Provas no Semestre</td><td>100%</td></tr><tr><td>B) Um (01) trabalho em Grupo</td><td>100%</td></tr></tbody></table> <p>Gestão de Negócios e Marketing (Critérios de avaliação – Apêndice A)</p> <p>Obs.: 1) O trabalho de Gestão de Negócios e Marketing deverá ter no máximo 25 páginas; deverá ser elaborado em grupo com no máximo 4 integrantes; e deverá ser enviado para o e-mail do professor até o dia 09/06/2024 em Word e slides de apresentação.</p>		Peso	A) Duas (02) Provas no Semestre	100%	B) Um (01) trabalho em Grupo	100%
	Peso					
A) Duas (02) Provas no Semestre	100%					
B) Um (01) trabalho em Grupo	100%					



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

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 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. DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xiii, 232 p.
2. HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel F.; NICOULAUD, Brigitte. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
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			
<ol style="list-style-type: none">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. CHÉR, Rogério. A gerência das pequenas e médias empresas: o que saber para administrá-las. São Paulo: Maltese, 1991.3. CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.4. DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2010.5. 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 – 2024/1 – 3ª-feira de 07h às 11h			
01	12/03	Apresentação do Programa, definições de avaliação, de grupos e transmissão quanto ao método de ensino. Aula Unidade I – Empreendedorismo Aula Unidade I – 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	19/03	Aula Unidade I – Analisando as Megatendências. Aula Unidade I – Análise das Forças Competitivas Texto 4 Formulários Forças Competitivas	Prof. Anderson e Alunos
03	26/03	Estudo de Caso 1 – Conheça as conquistas de Luís V. Quintas Aula Unidade II – Caso Prático de Empreendedorismo	Prof. Anderson e Alunos
04	02/04	Aula Unidade II – Caso Prático de Empreendedorismo Estudo de Caso 2 – A hora de expandir o negócio	Prof. Anderson e Alunos
05	09/04	Aula Unidade II – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Comércio Lista de Exercícios	Prof. Anderson e Alunos
06	16/04	Aula Unidade II – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Indústria 1 produto Lista de Exercícios	Prof. Anderson e Alunos
07	23/04	Aula Unidade II – Caso Prático de Empreendedorismo Custos e Formação do Preço de Venda – Indústria vários produtos Lista de Exercícios	Prof. Anderson e Alunos
08	30/04	Estudo de Caso 3 – O preço de ser popular	Prof.



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

		Aula Unidade III – Plano de Negócios. Texto 1 Plano de negócios é estratégico	Anderson e Alunos
09	07/05	Revisão para a prova 1ª AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades I e II).	Prof. Anderson e Alunos
10	14/05	Correção e Devolutiva da 1ª Prova. Aula Unidade IV – Empreendedor como Gestor. Aula Unidade V – Estratégias de Comercialização Texto 1 O significado dos indicadores	Prof. Anderson e Alunos
11	21/05	Estudo de Caso 4 – Um caso de empreendedorismo familiar Aula Unidade VI – Compreendendo a base de Recursos Organizacionais	Prof. Anderson e Alunos
12	28/05	Estudo de Caso 5 – Desafios da Weg no Mercado Chinês Aula Unidade VII – Criando Vantagem Competitiva Sustentável	Prof. Anderson e Alunos
13	04/06	Aula Unidade VIII – Marketing de Serviços e Relacionamento Estudo de Caso 6 – Desenvolvendo pessoas - Conquistando Mercado 2ª AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades VI, VII e VIII).	Prof. Anderson e Alunos
	09/06 (Domingo)	Envio do trabalho final digitado em Word e envio dos slides de apresentação.	Todos os grupos
14	11/06	Apresentação dos Trabalhos - Gestão de Negócios e Marketing	Todos os alunos
15	18/06	Apresentação dos Trabalhos - Gestão de Negócios e Marketing	Todos os alunos e
	16/07	Prova Final.	Alunos de Prova Final

1ª AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades I e II): 07 / 05 / 2024 (3ª-feira).

2ª AVALIAÇÃO DO SEMESTRE: (Unidades VI, VII e VIII): 04 / 06 / 2024 (3ª-feira).

PROVA FINAL = 16 / 07 / 2024 (3ª-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 2,00 pontos**, perfazendo um **total de 10,00 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 2,00 pontos. Assim, o valor calculado para as 5 (etapas) x 2,00 pontos, formará a nota final do trabalho escrito no total de 10,00 pontos.

Legenda da pontuação para cada item acima:

Ótimo: 2,0
Muito bom: 1,60
Bom: 1,20
Regular: 0,80
Insuficiente: 0,40