



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: Administração			
Data de aprovação (Art. Nº 91): 24/08/2022			
DOCENTE PRINCIPAL: Michel Magno de Vasconcelos			
Qualificação/link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/3657594882843969			
Disciplina: Marketing I		Código: ADM10390	
Período: 2022/2		Turma: 1	
Pré-requisito: ADM09852 Psicologia aplicada à Administração CSO06870 Sociologia ECO06139 TEORIA ECONÔMICA II		Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h		
Ementa: Marketing: O Nascimento, Conceitos e Definições. Análise do ambiente de marketing: Processo de Verificação Ambiental, Micro e Macro Ambiente, Ambiente Competitivo. Mercados e Teorias de Demanda: Tarefas Básicas do Marketing, Tipos de Mensuração de Demanda, Previsão de Vendas e Demanda. Segmentação de mercado: Critérios para Segmentação, Tipos de Segmentação, Níveis de Segmentação de Mercado. Decisões sobre Produto: Classificações, CVP, Marca, Embalagem. Decisões sobre Preço: Objetivos, Formas de Determinação e Gestão de Preços, Estratégias e Políticas de Preços. Decisões sobre Promoção: Tipos de Propaganda, Composto Promocional. Decisões sobre Distribuição Física: Funções e Tipos de Canais, Uso de Intermediários, Varejo, Atacado, Funções da Logística.			
Objetivos Específicos: 1. Analisar as organizações e seu contexto na perspectiva do marketing;			



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

2. Compreender os conceitos essenciais do marketing necessários à gestão estratégica com o foco do cliente;
3. Aplicar os conceitos de marketing em projeto prático;
4. Reconhecer os benefícios que a curiosidade científica pode proporcionar;
5. Desenvolver trabalhos de forma colaborativa;
6. Despertar para necessidade de aprimorar continuamente sua comunicação verbal e escrita.

Conteúdo Programático:

UNIDADE I - Noções básicas de marketing

Objetivo: Conhecer os principais conceitos do marketing.

Conceitos: Definição. Conceitos básicos. Orientações da empresa. O percurso do marketing

UNIDADE II - Demanda

Objetivo: Obter uma visão geral da previsão e mensuração da demanda

Conceitos: Mercados, Mensuração de Demanda, Previsão de Vendas e Demanda

UNIDADE III - Ambiente de marketing

Objetivo: Entender o contexto do marketing.

Conceitos: Demográfico. Econômico. Natural. Tecnológico. Político-legal. Sociocultural.

UNIDADE IV - Segmentação

Objetivo: Discutir estratégias de segmentação.

Conceitos: Segmentação. Bases para segmentação. Requisitos para segmentação.

UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix

Objetivo: Discutir as ferramentas de gestão do marketing.

Conceitos: Produto, Preço, Ponto e Promoção.

Metodologia:

Introdução

Os estudos partirão da inquirição dos conhecimentos prévios, pré-conceitos que os alunos possuem sobre os temas estudados e de problemas socioculturais, avançando nos conteúdos e estratégias, desenvolvendo conceitos, procedimentos e atitudes de alcance mais universal e importantes do ponto de vista da formação do pesquisador e da competência profissional.

Na prática, isso significa que os estudos envolvem a observação, a problematização, o teste de hipóteses e a experimentação, a comparação, a busca de informações em fontes variadas, a síntese e a análise dos dados coletados, a extrapolação e a generalização. Assim, pressupõe-se, também, o



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

envolvimento do estudante durante as aulas expositivas e dialogadas, em atividades e grupo e atividades extraclasse, tanto teóricas quanto práticas.

Critérios / Processo de avaliação da aprendizagem:

1. Diagnóstica: procurar-se-á levantar as necessidades e expectativas dos discentes na primeira aula.

2. Formativa: haverá necessidade premente dos alunos na realização das tarefas.

3. Somativa: O total da nota do semestre é de 10,0 pontos (100%). O processo de avaliação da aprendizagem desta disciplina contempla as avaliações e seus respectivos pesos na nota final, conforme a seguir:

AVALIATIVA 1: Análise individual TXT_1

- **Objetivo:** Analisar TXT_1 e problematizar a partir das ideias do autor e do conteúdo das aulas

- **Entrega:** Registrar a análise no formulário do Google Classroom. Cada aluno deverá entregar a análise do TXT_1 até o início da aula, conforme data prevista no cronograma da disciplina.

- **Nota:** 10,0 (peso 20%)

AVALIATIVA 2: Apresentação 1 do Projeto Final

- **Objetivo:** Contextualizar o cenário sobre o desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras).

- **Entrega:** Apresentar em até 20 min pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio

- **Nota:** 10,0 (peso 20%)

AVALIATIVA 3: Análise individual do TXT_2

- **Objetivo:** Analisar TXT_2 e problematizar a partir das ideias do autor e do conteúdo das aulas

- **Entrega:** Registrar a análise no formulário do Google Classroom. Cada aluno deverá entregar a análise do TXT_1 até o início da aula, conforme data prevista no cronograma da disciplina.

- **Nota:** 10,0 (peso 20%)

AVALIATIVA 4: Apresentação 2 Projeto Final

- **Objetivo:** Aprofundar o conhecimento sobre o perfil, hábitos, desejos e, sobretudo, dores dos usuários extremos, e formular no mínimo 3 e no máximo 5 princípios estratégicos que orientam as escolhas dos usuários.

- **Entrega:** Apresentar em até 20 min pelo menos 5 Insights sobre as dores dos usuários extremos, além de pelo menos 3 e no máximo 5 princípios estratégicos

- **Nota:** 10,0 (peso 20%)

AVALIATIVA 5: Apresentação 3 Projeto Final



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

- **Objetivo:** Desenvolver e descrever a solução respondendo O que é? Para quem é? Como funciona? Além do nível de aderência da solução aos princípios estratégicos (muito forte, forte, médio, fraco ou muito fraco), justificando a resposta.
- **Entrega:** Apresentar em até 20 min a solução final para o desafio do Projeto Final
- **Nota:** 10,0 (peso 20%)

Atenção: Embora o Projeto Final deva ser realizado em grupo, ficará a critério do professor atribuir notas individuais aos participantes de cada grupo, de acordo com a participação de cada um.

Prova Final: O aluno que não alcançar média semestral igual ou superior a 7,0 (sete), obrigatoriamente deverá fazer prova final, contendo questões objetivas e/ou discursivas, abordando todo o conteúdo da disciplina. A prova será aplicada no dia **16/02/2023**.

Critérios: serão considerados os seguintes critérios no momento da correção das avaliações: a) argumentação e clareza no desenvolvimento das questões; b) compreensão e aplicação dos conceitos; c) linguagem; d) organização.

Cálculo da Média Semestral:

- A1 - AVALIATIVA 1: Análise individual TXT_1
- A2 - AVALIATIVA 2: Apresentação 1 Projeto Final
- A3 - AVALIATIVA 3: Análise individual do TXT_2
- A4 - AVALIATIVA 4: Apresentação 2 Projeto Final
- A5 - AVALIATIVA 5: Apresentação 3 Projeto Final

A média semestral (MS) será calculada da seguinte forma:

$$MS = (A1*20\%) + (A2*20\%) + (A3*20\%) + (A4*20\%) + (A5*20\%)$$

Situação Final: < que 7,0 = Prova Final e > que 7,0 = Aprovado

Frequência: Art. 6º da Resolução 30/2020-CEPE - O cômputo da frequência será efetuado pelos(as) docentes responsáveis pela oferta das disciplinas, respeitando a previsão expressa na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996) de participação dos(as) estudantes em 75% (setenta e cinco por cento) do conjunto das aulas e atividades planejadas para as disciplinas, considerando sua carga horária total".

Bibliografia Básica:

1. KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento e implementação e controle. 5ª ed. São Paulo: / Atlas, 1998.

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



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

2. KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Introdução ao Marketing. 4ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
3. LAMB, Charles W; HAIR, Joseph F.; MACDANIEL, Carl. Princípios do marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

Bibliografia Complementar:

1. NARDIS, Shidosi Graziano. Gestão de Marketing. 4ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
2. CHURCHILL, Gilbert A. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2010.
3. URBAN, Flávio Torres. Gestão do composto de marketing. São Paulo: Atlas, 2011.
4. SIQUEIRA, Antônio Carlos Barroso de. Marketing empresarial, industrial e de serviços. Ed. rev., atual e reformulada. São Paulo: Saraiva, 2005.
5. LOVELOCK, Chistopher. Serviços: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.
6. BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. RJ, 2010.

Cronograma:



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

CRONO_AULAS_MKT_I_ADM_10390_2022_2						
MÊS	DATA	H/A	CONTEÚDO	MÉTODO	ATIVIDADE AVALIATIVA	BIBLIOGRAFIA/OBSERVAÇÕES
S E T E M B R O	22/09/2022	4h	APRESENTAÇÃO DISCIPLINA - Plano de Ensino - Cronograma - Projeto Final	- Exposição dialogada	- Formar grupos com 5 participantes para o desenvolvimento das atividades avaliativas da disciplina - Geração de insights	
	QUINTA 19h-23h		INTRODUÇÃO - O pensamento do design - Pesquisa dados secundários - Como gerar insights			
O B R O	29/09/2022	4h	UNIDADE I - Noções básicas de marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final ENTREGA AVALIATIVA 1	- Exposição dialogada - Compartilhamento dialogado dos insights - Atividade em grupo	AVALIATIVA 1: ANÁLISE INDIVIDUAL TXT_1 - Objetivo: Analisar TXT_1 e gerar insights - Entrega: Gerar pelo menos 5 insights sobre o TXT_1 e registrar no Google Classroom até o início da aula. - Nota: 10,0 (peso 20%) ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final	
	QUINTA 19h-23h					
O U T U B R O	06/10/2022	4h	UNIDADE II - Demanda ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final	- Exposição dialogada - Atividade em grupo	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final	
	QUINTA 19h-23h					
O B R O	13/10/2022	4h	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final	- Atividade em grupo	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases) a serem compartilhados na Apresentação 1	
	QUINTA 19h-23h					
N O V E M B R O	20/10/2022	4h	ATIVIDADE EM GRUPO - Apresentação 1 do Projeto Final	- Compartilhamento dialogado	AVALIATIVA 2: APRESENTAÇÃO 1 GRUPO PROJETO FINAL - Objetivo: Contextualizar o cenário sobre o desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras). - Entrega: Apresentar em até 20 min pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio - Nota: 10,0 (peso 20%)	
	QUINTA 19h-23h					
D I Z E M B R O	27/10/2022	4h	UNIDADE III - Ambiente de Marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final	- Exposição dialogada - Atividade em grupo	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final	
	QUINTA 19h-23h					
J A N E I R O	03/11/2022	4h	UNIDADE IV - Segmentação ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final ENTREGA AVALIATIVA 3	Síncrona: - Exposição dialogada - Compartilhamento dialogado dos insights - Atividade em grupo	AVALIATIVA 3: ANÁLISE INDIVIDUAL TXT_2 - Objetivo: Analisar TXT_2 e gerar insights - Entrega: Gerar pelo menos 5 insights sobre o TXT_2 e registrar no Google Classroom até o início da aula. - Nota: 10,0 (peso 20%) ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final	
	QUINTA 19h-23h					
F E V R E I R O	10/11/2022	4h	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final	- Atividade em grupo	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases) a serem compartilhados na Apresentação 2	
	QUINTA 19h-23h					
M A R Ç O	17/11/2022	4h	ATIVIDADE EM GRUPO - Apresentação 2 do Projeto Final	- Compartilhamento dialogado	AVALIATIVA 4: APRESENTAÇÃO 2 GRUPO PROJETO FINAL - Objetivo: Aprofundar o conhecimento sobre o perfil, hábitos, desejos e, sobretudo, dores dos usuários extremos, e formular os princípios estratégicos que orientam as escolhas dos usuários. - Entrega: Apresentar em até 20 min pelo menos 5 Insights sobre as dores dos usuários extremos, além de pelo menos 3 e no máximo 5 princípios estratégicos - Nota: 10,0 (peso 20%)	
	QUINTA 19h-23h					
A B R I L	24/11/2022	4h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação final do Projeto Final	- Exposição dialogada - Atividade em grupo	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação final do Projeto Final	
	QUINTA 19h-23h					
M A I O	01/12/2022	4h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação final do Projeto Final	- Exposição dialogada - Atividade em grupo	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação final do Projeto Final	
	QUINTA 19h-23h					
J U N H O	08/12/2022	4h	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação final do Projeto Final	- Atividade em grupo	Atividade em grupo - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases) a serem compartilhados na Apresentação Final	
	QUINTA 19h-23h					
J U L H O	15/12/2022	4h	ATIVIDADE EM GRUPO - Apresentação Final do Projeto Final	- Compartilhamento dialogado	AVALIATIVA 5: APRESENTAÇÃO FINAL PROJETO FINAL - Objetivo: Desenvolver e descrever a solução respondendo O que é? Para quem é? Como funciona? Além do nível de aderência da solução aos princípios estratégicos (muito forte, forte, médio, fraco ou muito fraco), justificando a resposta. - Entrega: Apresentar em até 20 min a solução final para o desafio do Projeto Final - Nota: 10,0 (peso 20%)	
	QUINTA 19h-23h					
A G O S T O	26/01/2023	4h	ENCERRAMENTO DA DISCIPLINA	- Dinâmica de grupo		
	SEXTA 19h-23h					
S E P T E M B R O	16/02/2023	4h	PROVA FINAL			
	QUINTA 19h-23h					
O T O B R O	20/02/2023	4h	RESULTADO FINAL			
	SEGUNDA 19h-23h					



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

UFES:

1. Departamento de Administração da UFES. Site: www.administracao.ufes.br
2. Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGAdm): Mestrado e Doutorado – UFES. Site: www.ppgadm.ufes.br
3. Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública (PPGGP): Mestrado profissional em Gestão Pública – UFES. Site: www.gestaopublica.ufes.br
4. EJCAD: Empresa Júnior de Consultoria em Administração. Site: www.ejcadconsultoria.com.br

CONTATOS:

E-mail: michelmagnovasconcelos@gmail.com Cel.: (27) 999 601 601