



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): 26/07/2023			
DOCENTE PRINCIPAL: Michel Magno de Vasconcelos			
Qualificação/link para o Currículo Lattes: <a href="http://lattes.cnpq.br/3657594882843969">http://lattes.cnpq.br/3657594882843969</a>			
Disciplina: Marketing I	Código: ADM10390		
Período: 2023/2	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		
<b>Ementa:</b> <b>Marketing:</b> O Nascimento, Conceitos e Definições. Análise do <b>ambiente</b> de marketing: Processo de Verificação Ambiental, Micro e Macro Ambiente, Ambiente Competitivo. Mercados e Teorias de <b>Demanda:</b> Tarefas Básicas do Marketing, Tipos de Mensuração de Demanda, Previsão de Vendas e Demanda. <b>Segmentação</b> de mercado: Critérios para Segmentação, Tipos de Segmentação, Níveis de Segmentação de Mercado. Decisões sobre <b>Produto:</b> Classificações, CVP, Marca, Embalagem. Decisões sobre <b>Preço:</b> Objetivos, Formas de Determinação e Gestão de Preços, Estratégias e Políticas de Preços. Decisões sobre <b>Promoção:</b> Tipos de Propaganda, Composto Promocional. Decisões sobre <b>Distribuição</b> Física: Funções e Tipos de Canais, Uso de Intermediários, Varejo, Atacado, Funções da Logística.			
<b>Objetivos Específicos:</b> 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 a 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:**

A disciplina terá formato presencial, com a possibilidade de utilização de formato remoto, de acordo com as necessidades apresentadas, conforme as determinações legais. Para tanto será utilizado o ambiente virtual, com o acesso ao classroom.google através do link <https://meet.google.com/zcy-ksao-xcz>

Quando da realização de aulas remotas, será usada a determinação da Universidade. De acordo com o Art. 3o, § 2o da Resolução no. 30/2020-CEPE, define-se:

Aulas síncronas: são aquelas que exigem a participação de estudantes e docente(s) no mesmo instante e no mesmo ambiente virtual de aprendizagem; e Aulas assíncronas: são aquelas que



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

não requerem que o(a) estudante e o(a) docente estejam conectados ao mesmo tempo para que as atividades de ensino-aprendizagem possam ocorrer.

As atividades síncronas e assíncronas relacionadas ao conteúdo programático poderão ser gravadas para utilização restrita aos fins a que se destina na disciplina **ADM\_10390\_2023\_2 Marketing I**, facultando-se ao(a) aluno(a) seu direito de não ser gravado(a) ou filmado(a), mediante expressa manifestação (BORDAS, 2020).

Fica já estabelecido alerta de que é proibida a utilização das imagens e do som da voz sem expressa autorização dos participantes (BORDAS, 2020), conforme Constituição Federal Brasileira, Lei de Direitos Autorais (Lei no 9.610/98), Código Civil Brasileiro, Código Penal e demais legislações pertinentes. Elege-se o foro da Justiça Federal-Seção Judiciária de Vitória (ES), sendo competente uma das varas cíveis da capital, para dirimir toda e quaisquer dúvidas e/ou questões correlatas.

Deve ser ressaltado que o Departamento de Administração-CCJE/UFES aprovou o seguinte: os programas das disciplinas deverão apresentar texto fidedigno ao que consta no Art. 6º da Resolução 30/2020-CEPE, qual seja: "Art. 6º 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".

#### **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:

#### **ANÁLISE DE TEXTO**

**Objetivo:** Analisar **individualmente** o TXT\_1 e gerar insights

**Entrega:** Pelo menos 3 insights sobre o TXT\_2. Registrar no Google Classroom até o início da aula.

**Nota:** 10,0 (peso 25%)

#### **APRESENTAÇÃO 1 PROJETO FINAL**

**Objetivo:** Entender o contexto em torno do desafio, a partir do passado, presente e tendências e referências (inovações) do futuro.

**Entrega:** Apresentação - **em grupo** - de pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio, em até 15min.



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

**Nota:** 10,0 (peso 15%)

#### **ANÁLISE DE TEXTO**

**Objetivo:** Analisar **individualmente** o TXT\_2 e gerar insights

**Entrega:** Pelo menos 3 insights sobre o TXT\_2. Registrar no Google Classroom até o início da aula.

**Nota:** 10,0 (peso 25%)

#### **APRESENTAÇÃO 2 PROJETO FINAL**

**Objetivo:** Conhecer as dores dos consumidores e identificar os princípios estratégicos que orientam suas escolhas.

**Entrega:** Apresentação - **em grupo** - de pelo menos 5 Insights sobre as dores dos consumidores, além de pelo menos 3 e no máximo 5 princípios estratégicos.

**Nota:** 10,0 (peso 15%)

#### **APRESENTAÇÃO FINAL PROJETO FINAL**

**Objetivo:** Descrever a solução e justificar a aderência aos princípios estratégicos (Muito Forte | Forte | Médio | Fraco | Muito Fraco)

**Entrega:** Apresentação final da solução em um Pitch\* de 15min, incluindo a justificativa sobre o nível de aderência da solução aos princípios estratégicos.

**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 na data prevista no cronograma em anexo.

#### **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:**



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

- A1 - Análise individual TXT\_1
- A2 - Apresentação 1 Projeto Final
- A3 - Análise individual TXT\_2
- A4 - Apresentação 2 Projeto Final
- A5 - Apresentação Final Projeto Final

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

$$MS = (A1*25\%) + (A2*15\%) + (A3*25\%) + (A4*15\%) + (A5*20\%)$$

**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>
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.



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

Cronograma:

CRONOGRAMA MARKETING I ADM_10390_2023_2							
MÊS	DATA	H/A	CONTEÚDO	MÉTODO	ATIVIDADE AVALIATIVA	BIBLIOGRAFIA/OBSERVAÇÕES	
A G O S T O	17/08/2023	QUINTA 21h-23h	APRESENTAÇÃO DISCIPLINA - Plano de Ensino - Cronograma - Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	- Formar grupos com no mínimo 3 e no máximo 5 participantes para o desenvolvimento de todas as atividades avaliativas de disciplina.		
	18/08/2023	SEXTA 19h-21h	INTRODUÇÃO - O pensamento do design - Pesquisa de dados secundários - Como gerar insights	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	- Geração de insights		
	24/08/2023	QUINTA 21h-23h	INTRODUÇÃO - O pensamento do design - Pesquisa de dados secundários - Como gerar insights	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	- Geração de insights		
	25/08/2023	SEXTA 19h-21h	UNIDADE I - Noções básicas de marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção de insights	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o conteúdo da aula Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)		
	31/08/2023	QUINTA 21h-23h	UNIDADE I - Noções básicas de marketing ENTREGA ANÁLISE DE TEXTO	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Compartilhamento dialogado dos insights Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ANÁLISE DE TEXTO Objetivo: Analisar individualmente o TXT_1 e gerar insights Entrega: Pelo menos 3 insights sobre o TXT_2. Registrar no Google Classroom até o início da aula. Nota: 10,0 (peso 25%)		
	S E T E M B R O	01/09/2023	SEXTA 19h-21h	UNIDADE I - Noções básicas de marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção de insights	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o conteúdo da aula Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)	
14/09/2023		QUINTA 21h-23h	UNIDADE I - Noções básicas de marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção de insights	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o conteúdo da aula Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)		
15/09/2023		SEXTA 19h-21h	UNIDADE II - Demanda ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)		
21/09/2023		QUINTA 21h-23h	UNIDADE II - Demanda ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)		
22/09/2023		SEXTA 19h-21h	UNIDADE III - Ambiente de Marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)		
28/09/2023		QUINTA 21h-23h	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Atividade em grupo sobre a apresentação 1 Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ATIVIDADE EM GRUPO - Preparação da apresentação 1 do Projeto Final		
29/09/2023		SEXTA 19h-21h	ATIVIDADE EM GRUPO APRESENTAÇÃO 1 PROJETO FINAL	Síncrono-Presencial: - Compartilhamento dialogado Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	APRESENTAÇÃO 1 PROJETO FINAL Objetivo: Entender o contexto em torno do desafio, a partir do passado, presente e tendências e referências (inovações) do futuro. Entrega: Apresentação - em grupo - de pelo menos 3 insights sobre o cenário do desafio, em até 15min. Nota: 10,0 (peso 15%)		
O U T U B R O		05/10/2023	QUINTA 21h-23h	UNIDADE III - Ambiente de Marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o conteúdo da aula Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	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)	
		06/10/2023	SEXTA 19h-21h	UNIDADE III - Ambiente de Marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	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)	
	19/10/2023	QUINTA 21h-23h	UNIDADE III - Ambiente de Marketing ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	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)	- Plano de ensino - Cronograma - Projeto Final	
	20/10/2023	SEXTA 19h-21h	UNIDADE IV - Segmentação ENTREGA ANÁLISE DE TEXTO	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Compartilhamento dialogado dos insights Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	ANÁLISE DE TEXTO Objetivo: Analisar individualmente o TXT_2 e gerar insights Entrega: Pelo menos 3 insights sobre o TXT_2. Registrar no Google Classroom até o início da aula. Nota: 10,0 (peso 25%)	- Dicas Projeto Final	
	26/10/2023	QUINTA 21h-23h	UNIDADE IV - Segmentação ATIVIDADE EM GRUPO - Produção do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	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)	- BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. RJ, 2010. - KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento e implementação e controle. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.	
27/10/2023	SEXTA 19h-21h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix ATIVIDADE EM GRUPO - Produção Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	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)	- LAMB, Charles W; HAIR, Joseph F; MACDANIEL, Carl. Princípios do marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.		



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

<b>N O V E M B R O</b>	09/11/2023 QUINTA 21h-23h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix <b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Produção Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de Insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)
	10/11/2023 SEXTA 19h-21h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix <b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Produção Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de Insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)
	16/11/2023 QUINTA 21h-23h	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Atividade em grupo sobre a apresentação 2 Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Preparação da apresentação 2 do Projeto Final
	17/11/2023 SEXTA 19h-21h	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> <b>APRESENTAÇÃO 2 PROJETO FINAL</b>	Síncrono-Presencial: - Compartilhamento dialogado Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>APRESENTAÇÃO 2 PROJETO FINAL</b> Objetivo: Conhecer as dores dos consumidores e identificar os princípios estratégicos que orientam suas escolhas. Entrega: Apresentação - em grupo - de pelo menos 5 Insights sobre as dores dos consumidores, além de pelo menos 3 e no máximo 5 princípios estratégicos. Nota: 10,0 (peso 15%)
	23/11/2023 QUINTA 21h-23h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix <b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Produção Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de Insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)
	24/11/2023 SEXTA 19h-21h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix <b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Produção Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de Insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)
	30/11/2023 QUINTA 21h-23h	UNIDADE V - Gestão do Marketing Mix <b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Produção Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Exposição dialogada - Produção de Insights sobre o Projeto Final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Pesquisar, analisar e produzir pelo menos 5 Insights sobre o cenário do desafio (passado, presente e futuro [tendências], além de referências inovadoras - cases)
<b>D E Z E M B R O</b>	01/12/2023 SEXTA 19h-21h	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Preparação da apresentação final do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Atividade em grupo sobre a apresentação final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Preparação da apresentação final do Projeto Final
	07/12/2023 QUINTA 21h-23h	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Preparação da apresentação final do Projeto Final	Síncrono-Presencial: - Atividade em grupo sobre a apresentação final Assíncrono-Remoto: - Mentoria Projeto Final	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> - Preparação da apresentação final do Projeto Final
	08/12/2023 SEXTA 19h-21h	<b>ATIVIDADE EM GRUPO</b> <b>APRESENTAÇÃO FINAL PROJETO FINAL</b>	Síncrono-Presencial: - Compartilhamento dialogado Assíncrono-Remoto: - Mentoria Final do Projeto Final	<b>APRESENTAÇÃO FINAL PROJETO FINAL</b> Objetivo: Descrever a solução e justificar a aderência aos princípios estratégicos (Muito Forte   Forte   Médio   Fraco   Muito Fraco) Entrega: Apresentação final de solução em um Pitch* de 15min, incluindo a justificativa sobre o nível de aderência de solução aos princípios estratégicos. Nota: 10,0 (peso 15%)
	14/12/2023 QUINTA 21h-23h	<b>AValiação da Experiência de Aprendizagem na Disciplina</b>	Síncrono-Presencial: - Compartilhamento dialogado Assíncrono-Remoto: - Mentoria Marketing	
	15/12/2023 SEXTA 19h-21h	<b>ENCONTRO COM ESPECIALISTA</b>	Síncrono-Presencial: - Palestra dialogada com especialistas da área de Marketing ou áreas de interesse da disciplina Assíncrono-Remoto: - Mentoria Marketing	
	21/12/2023 QUINTA 21h-23h	<b>PROVA FINAL</b>		
	22/12/2023 SEXTA 19h-21h	<b>DIGITAÇÃO PRUTA</b>		
<b>TOTAL</b>		<b>66h</b>		

**CONTATOS:**

**E-mail:** [michelmagnovasconcelos@gmail.com](mailto:michelmagnovasconcelos@gmail.com) **Cel.:** (27) 999 601 601