UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO - UFES

CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS - CCJE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO - DAD

ADM 11021 – TÓPICOS AVANÇADOS I EM MARKETING (Turma 01)

Período .....: 2016/1
Carga horária.....: 60 horas
Horário.....: Terças 19:00-23:00 horas
Local.....: EDVII – Sala 703
Atendimento extraclasse: Sala 43 (dias e horários a combinar com os interessados)

Sérgio Robert de Sant'Anna
(ensaios.srs@gmail.com)

Ementa Proposta: Métodos de elaboração de casos para o ensino. Aprendendo por meio de casos. Utilização de casos no ensino em Marketing. Notas de ensino. Precauções na adoção do método de estudo de caso para o ensino. Análise e discussão de casos. Produção de novos casos: Técnicas para preparação de casos empresariais. Orientação para preparação de casos empresariais. Avaliação da Qualidade de casos para o ensino.

PROGRAMA DA DISCIPLINA

1- Considerações Iniciais:

A disciplina **Tópicos Avançados I em Marketing** é optativa, com **ementa aberta,** que tem por finalidade propor o desenvolvimento de atividades teóricas e/ou práticas relacionadas ao Marketing estimulando a reflexão individual e coletiva. Neste período de 2016/1 a ênfase recairá sobre a **elaboração e utilização de estudos de casos de ensino, aplicados ao Marketing**.

Para efeito desta disciplina consideraremos o caso de ensino como *"(...) a descrição de uma situação real, geralmente envolvendo uma decisão, um desafio, uma oportunidade, um problema ou situação enfrentada por uma pessoa (ou pessoas) numa organização. (...) Os casos proporcionam aos participantes uma oportunidade de envolvimento profundo em decisões enfrentadas por pessoas reais em organizações reais; de experimentar o papel de "donos"; de enfrentar pressões; de correr riscos e de expor suas ideias."*

Esta disciplina abordará a utilização de uma estratégia de ensino ativa nas Área das Ciências Sociais Aplicadas. Os casos para ensino oferecem oportunidades para tornar o processo de aprendizagem mais significativo e pode contribuir no desenvolvimento de competências nos alunos e futuros profissionais. Um caso relata uma situação específica, cheia de detalhes, que permitirá aos alunos - quando da discussão do caso em sala de aula - "vivenciarem" esta situação e se colocarem no papel de protagonista do caso.

Desenvolver a habilidade de elaborar e utilizar casos para o ensino é uma estratégia determinante para a melhoria da qualidade dos cursos, seja pela aplicação e análise de casos em sala de aula, assim como pela oportunidade de elaboração de casos mais alinhados ao contexto local e regional.

2- Objetivos da disciplina:

Na Preparação Individual, o aluno assume o papel e as responsabilidades do tomador de decisões e a tarefa de resolver o problema apresentado no caso.

O pressuposto é que o aluno não irá assumir as características e traços de personalidade do tomador de decisões original.

O caso deve possibilitar ao aluno a oportunidade de vivenciar a posição do protagonista do caso para identificar a questão fundamental: **Qual é o problema?**

O caso deve estimular o aluno para a busca e identificação de alternativas viáveis para enfrentar o problema central do caso: **Quais são as alternativas?**

O caso deve proporcionar ao aluno a oportunidade de analisar cada uma das alternativas identificadas: **Quais são as vantagens e desvantagens?**

O aluno deve propor um plano de ação consistente com a identificação do problema e análise realizada: **O que fazer, quando, como?**

3- Metodologia/Técnicas:

Basicamente, a disciplina será ministrada a partir de um enfoque aplicado, por meio de estudos de casos buscando oferecer embasamento mínimo, necessário e suficiente para uma aplicação prática e um posicionamento crítico diante das situações apresentadas.

"A metodologia do caso se insere dentro da abordagem construtivista de ensino na medida em que busca gerar nos alunos experiências concretas, contextualmente significativas, nas quais eles possam buscar padrões, levantar suas próprias perguntas e construir seus próprios modelos, conceitos e estratégias."

O método do caso está centrado na análise dos alunos. O conhecimento não está só com o professor, mas é produzido pelos alunos a partir dessa interação. O objetivo é estimular a capacidade analítica, crítica e criativa. Assim como nas empresas, não existe apenas uma resposta certa. O debate e, principalmente, as incertezas fazem parte da natureza do trabalho.

A dificuldade de um caso pode ser visualizada a partir de pelo menos três dimensões:

Analítica: Qual é a tarefa do leitor do caso em relação a decisão chave ou problema do caso?

Conceitual: Que teorias, conceitos ou técnicas poderiam ser úteis ao entendimento e/ou resolução da situação do caso?

Apresentação: Como está estruturada a informação? O que é realmente importante no caso? Que informações são relevantes e o que ainda está faltando?

Gerentes normalmente não tem acesso a todas as informações necessárias às decisões. Igualmente, os casos dificilmente contém todas as informações que os alunos gostariam.

4- Participação em classe:

A participação de cada estudante em sala de aula é desejada, no intuito de contribuir para o aprendizado de todos. A assiduidade e a pontualidade serão computadas como aspectos importantes da participação, pois demonstram o grau de interesse pela disciplina. Vale ressaltar que os alunos cujas ausências excederem 25% do total de aulas serão reprovados por falta, independentemente dos resultados obtidos em outros quesitos do processo de avaliação (ressalvados os casos previstos pelas normas da instituição).

5- Critérios de Avaliação:

A avaliação do desempenho do aluno levará em conta os seguintes quesitos com as respectivas ponderações:

- Entrega dos Estudos de Casos (individuais)...: 20%
- Apresentação dos Casos em sala (Grupos): ..: 20%
- Primeira Avaliação Escrita. .....: 15%
- Segunda Avaliação Escrita. .....: 10%
- Trabalho Final (Caso Didático).....: 35%
- Total.....:100%

De modo mais abrangente, a avaliação será um processo contínuo com vistas a analisar o desempenho dos alunos na disciplina, levando-se em conta

- Participação dos Alunos:
  - atenção na exposição
  - envolvimento no processo de aprendizagem
- utilização de conhecimentos teóricos para apoiar seus argumentos.
- capacidade de estabelecer relações causais.
- capacidade de contextualização de conceitos
- capacidade de expressão oral e escrita.

6- Conteúdo Programático:

Os tópicos abordados ao longo da disciplina incluirão, dentre outros:

· Reconhecer a importância da utilização do Método de Caso como estratégia de ensino.
· Discutir o processo de aprendizagem utilizando casos para ensino
· O que é um Caso de ensino em Marketing
· A utilização do método de caso na tomada de decisões
· Conhecer os procedimentos para análise de casos para o ensino.
· A Estrutura de um Caso Empresarial
· O processo de análise de um caso
· Preparação do Caso pelo aluno
· Conhecer os procedimentos para a produção de casos para o ensino
· A estrutura do texto e estilo de redação do Caso Empresarial
· O Caso Empresarial final

7 - Orientações para os estudos de casos

A estrutura da disciplina prevê a utilização de 08 casos didáticos serão estudados nos dias previstos no cronograma. Ao final de cada caso perguntas são enumeradas para serem respondidas pelos alunos previamente.

O processo de aprendizagem pelo Método do Caso implica em três estágios: preparação individual, discussão em grupos e discussão em plenário.

Na Preparação Individual, o aluno assume o papel e as responsabilidades do tomador de decisões e a tarefa de resolver o problema apresentado no caso. O pressuposto é que o aluno não irá assumir as características e traços de personalidade do tomador de decisões original.

Os estudos de caso, também são atividades individuais cujas respostas deverão ser entregues **até o horário do início da aula prevista para a discussão.** Tal qual previsto para os ensaios, se o aluno não puder comparecer à aula em que acontecerá a discussão, poderá encaminhar suas respostas para o e-mail ***ensaios.srs@gmail.com*** **(até o horário do início da aula prevista para a discussão do caso)** garantindo assim o cumprimento do pré-requisito da entrega no prazo. Somente nessa situação serão aceitas as versões impressas das respostas dos casos entregues em aulas posteriores.

Qualquer evidência que possa ser caracterizada como cópia de trabalho entre alunos ou mesmo de outras fontes de pesquisa (em parte ou no todo) acarretará nota ZERO no quesito.

8- Orientações para as apresentações dos grupos

Os alunos da turma serão subdivididos em 10 (dez) grupos que atuarão tanto nos debates sobre os textos em sala quanto na elaboração e apresentação do trabalho final da disciplina.

Nas aulas reservadas para os debates sobre textos um grupo será designado para atuar como apresentador e outro gruo atuará como debatedor do texto.

O roteiro proposto para elaboração dos ensaios será o ponto de partida para ambos os grupos. Espera-se que ambos os grupos procurem aprofundar-se nos temas propostos em cada texto buscando outras fontes ou exemplos práticos para enriquecer seus argumentos.

Caberá ao **grupo apresentador** dar início aos trabalhos com uma **exposição de até 20 minutos** resgatando os principais pontos do texto a ser debatido e manifestando seus pontos de vista sobre o conteúdo do mesmo.

Após este período inicial de abertura, será dada oportunidade para que o **grupo debatedor** se pronuncie para complementar, divergir, ou apresentar outras ideias em relação ao posicionamento manifestado pelo grupo apresentador por um **período de até 10 minutos**.

Tão logo os dois grupos terminem suas exposições será aberta a oportunidade para que todos os alunos, indistintamente, possam se pronunciar em um debate público.

9- Bibliografia (Literatura sugerida para aprofundamento dos tópicos discutidos)**:**

CESAR, A. M. R. V. C. Método do estudo de caso (Case studies) ou Método do caso (Teaching Cases)? Uma análise dos dois métodos no ensino e pesquisa em administração. **REMAC - Revista Eletrônica Mackenzie de Casos**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-23. 2005.

GRAHAM , A . **Como escrever e usar estudos de caso para ensino e aprendizagem no setor público**. Brasília : ENAP, 2010

IKEDA, A.A.; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T.M.; E CAMPOMAR , A. A. O caso como estratégia de ensino na área de Administração. **Revista de Administração (RAUSP)**, São Paulo, v.41, n.2, p.147-157, abr./maio/jun. 2006.

IKEDA, VELUDO-DE-OLIVEIRA E CAMPOMAR , A. A. ; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M. ; CAMPOMAR, M. C. O Método do Caso no Ensino de Marketing. **RAC Eletrônica (Online)**, v. 1, p. 52-68, 2007.

MACHADO, A. G. C.; CALLADO, A. A. C. Precauções na adoção do método de estudo de caso para o ensino de administração em uma perspectiva epistemológica. **Cadernos EBAPE**, Número Especial, p. 1-10, ago. 2008.

PEREIRA, L.S. **Método do Caso para o Ensino**: fatores determinantes para sua utilização na visão de alunos e professores. 121 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu/SC, 2012.]

ROESCH, S. M. A. Casos de ensino em administração: notas sobre a construção de casos para ensino. **RAC - Revista de Administração Contemporânea,** Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 213-234, abr./jun. 2007.

ROESCH, S.M.A.; FERNANDES, F. **Como escrever casos para o ensino de administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. **Estudos de Casos no Treinamento de Executivos**. Rio de Janeiro, Qualitymark, 1999.