PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: Práticas em Gestão do Marketing		**CÓDIGO DA DISCIPLINA:** T137	
		CARGA HORÁRIA: 66	
		AP: 28	**SP:** 0 / **EC:** 38
REVISÃO: 1	**INÍCIO DE VIGÊNCIA:** 28/02/2018	**FIM DA VIGÊNCIA:**	**EXPEDIÇÃO:** 02/03/2018

CURSOS

Tecnologia em Marketing

OBJETIVOS

Delimitar o escopo de trabalho do Gestor de Marketing. Experimentar a prática da gestão estratégica do marketing baseada em dados de pesquisa. Observar as opções de ocupação do Gestor de Marketing.

HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Conhecimentos que permitam a identificação de oportunidades de mercado. Habilidade de negociação para lidar com situações conflitantes no âmbito da concepção e implementação de estratégias de marketing e de planos operacionais. Visão sistêmica dos processos técnicos, políticos e sociais da organização. Comprometimento com o aprendizado e com o autodesenvolvimento. Comunicação efetiva na língua portuguesa, escrita e oral;

EMENTA

O escopo de trabalho do Gestor de Marketing. O mercado de trabalho do Gestor de Marketing.

METODOLOGIA

Exposições orais do professor para orientação coletiva, pesquisas de campo realizadas pelos alunos, observações de práticas profissionais, relatos de práticas profissionais, laboratórios de práticas profissionais e elaboração de relatórios e exposições dos relatórios pelos alunos.

RECURSOS INSTRUCIONAIS

Quadro branco e Datashow.

AVALIAÇÃO

Os alunos receberão até dois pontos em cada etapa do processo de estágio, compreendendo: levantamento de dados; análises e comparações; relacionamento da prática com a teoria, relato da experiência, apresentação do trabalho final de estágio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip ; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. (Código:185 - 7 disponíveis.)

ROCHA, M.; READE, D. MOLA, J. IGNACIO, S. Marketing Tático. São Paulo: Saraiva, 2015. (BV-MB) (Código:1064 - 0 disponíveis.)

ZENARO, Marcelo. Marketing estratégico para organizações e empreendedores: guia prático e ações passo a passo. São Paulo: Atlas, 2013. (BV-MB) (Código:1056 - 0 disponíveis.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADOLPHO, Conrado. Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2014. (Código:574 - 7 disponíveis.)

MAIMON, Dalia. Passaporte verde: gestão ambiental e competitividade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996. (Código:576 - 1 disponíveis.)

ROCHA, M.; READE, D. MOLA, J. IGNACIO, S. Marketing Estratégico. São Paulo: Saraiva, 2015. (BV-MB) (Código:1065 - 0 disponíveis.)

ROCHA, M.; READE, D. MOLA, J. IGNACIO, S. Marketing: novas tendências. São Paulo: Saraiva, 2015. (BV-MB) (Código:1063 - 0 disponíveis.)

VIEIRA, Liszt. Cidadania e globalização. Rio de Janeiro: Record, 2013. (Código:301 - 13 disponíveis.)

NOMENCLATURA: AP: Atividades em Sala de Aula; SP: Atividades Semipresenciais; e EC: Atividades Extraclasse.

PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: Práticas em Gestão do Marketing		**CÓDIGO DA DISCIPLINA:** T137	
		CARGA HORÁRIA: 66	
		AP: 28	**SP:** 0 / **EC:** 38
REVISÃO: 1	**INÍCIO DE VIGÊNCIA:** 28/02/2018	**FIM DA VIGÊNCIA:**	**EXPEDIÇÃO:** 02/03/2018

ELABORAÇÃO: Manuel Santos Borges Alvarez

APROVAÇÃO: Coordenação do Curso de Marketing

NOMENCLATURA: AP: Atividades em Sala de Aula; SP: Atividades Semipresenciais; e EC: Atividades Extraclasse.