



UNIÃO DE ENSINO SUPERIOR DE CAMPINA GRANDE

FACULDADE DE CAMPINA GRANDE-FAC-CG

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA

EM MARKETING

MÓDULO I

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304101	FUNDAMENTOS DE MARKETING	80H/AULA
EMENTA		
<p>Fundamentos do Marketing. Processo de Marketing. Mix de Marketing. Marketing Estratégico. Evolução do Marketing de transação. Marketing como mecanismo de gestão. Compreensão do ambiente mercadológico. Vantagens competitivas sustentáveis. Políticas de Marketing.</p>		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304102	MATEMATICA E ESTATÍSTICA	80H/AULA
EMENTA		
<p>Conjuntos. Os inteiros racionais e reais: operações polinômios e expressões algébricas. Equações e inequações de primeiro e segundo graus. Sistemas de equações. Progressões aritméticas e geométricas. Exponencial e logaritmo. Análise combinatória. Funções e gráficos. Juros. Operações de mercado. Estatística descritiva: representação tabular e gráfica, medidas de tendência central e dispersão. Probabilidade: definições e teoremas. Distribuições de probabilidade: esperança matemática. Principais distribuições: binomial, <i>poisson</i> e normal. Noções de amostragem. Inferência estatística. Correlação linear simples. Análise de regressão.</p>		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304103	ECONOMIA E MERCADOS	80H/AULA
EMENTA		
<p>Teoria econômica. Microeconomia: conceitos, teorias e aplicação. Oferta e demanda. Controle de preços. Equilíbrio. Tributação. Estrutura de mercado. Macroeconomia: conceitos, teorias e aplicação. Fluxo circular da renda. Mensuração da renda e consumo de uma nação. Mensuração do custo de vida. O sistema financeiro. O sistema monetário. Inflação: suas causas e efeitos. Desemprego. Crescimento econômico. Evolução da economia brasileira. Características da economia brasileira contemporânea. Política econômica. A experiência inflacionária brasileira e os planos de estabilização. Plano Real. Perspectivas atuais da economia brasileira.</p>		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304104	CONTABILIDADE BÁSICA	80H/AULA
EMENTA		

Sistema Contábil. Funcionamento do Sistema Contábil. Conceitos básicos da estrutura contábil. Contas de ativo, passivo e resultado. Lançamentos. Livros usados pela Contabilidade. Balancete de verificação. Lançamentos de encerramento. Plano de contas e classificação contábil. Relatórios financeiros preparados pela Contabilidade. Demonstração do resultado do exercício. Demonstração de lucros acumulados. Levantamento do balanço patrimonial. Regimes de contabilização. Sistema de inventário. Avaliação dos estoques. Ativo permanente e depreciação. Demonstração de origens e aplicações de recursos.

CODIGO 304105	COMPONENTE CURRICULAR DIREITO APLICADO AO MARKETING	CARGA HORARIA 40H/AULA
EMENTA		
<p>Conceito de direito: sua divisão, suas fontes, seus princípios, a interpretação, integração e eficácia das normas jurídicas. Fundamentos de direito público e privado. Instituições de direito público e instituições do direito privado. Aspectos da legislação que regulam as atividades de comercialização, consumo, contratos comerciais, normas de higiene e segurança, questões tributárias e fiscais.</p>		

CODIGO 304106	COMPONENTE CURRICULAR METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTÍFICO	CARGA HORARIA 40H/AULA
EMENTA		
<p>Introdução aos conceitos de trabalho científico. Tipos de trabalho científicos. Princípios da metodologia científica. Diretrizes metodológicas para a leitura, compreensão e documentação de textos e elaboração de seminários, artigo científico, resenha, relatórios e monografia. Normas da ABNT.</p>		

CODIGO 304107	COMPONENTE CURRICULAR MARKETING NA VIDA DAS PESSOAS	CARGA HORARIA 40H/AULA
EMENTA		
<p>Conceitos e fundamentos básicos de marketing. Composto mercadológico aplicado ao cotidiano. Tópicos de marketing pessoal. Noções de marketing de Relacionamento. O papel do marketing na vida pessoal e profissional.</p>		

CODIGO 304108	COMPONENTE CURRICULAR PROJETO INTEGRADOR I	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
<p>Integração dos conteúdos abordados no Módulo I do curso, com definição pelo Colegiado de Curso do número de componentes curriculares envolvidos, sendo 3 (três) a quantidade mínima. Elaboração e desenvolvimento de um projeto integrado.</p>		

MÓDULO II

CODIGO 304201	COMPONENTE CURRICULAR SISTEMAS DE INFORMAÇÕES EM MARKETING	CARGA HORARIA 40H/AULA
--------------------------------	---	---

Evolução e perspectivas dos sistemas de informações. Sistemas de informações nas empresas e seus impactos. Tipos de sistemas de informações. Uso estratégico dos sistemas de informações. Tecnologia da informação aplicada a processos de gestão (ERP, CRM, EDI, Database Marketing, Marketing Eletrônico, E-Business). Gerenciamento estratégico de informações. O uso da tecnologia na área de Marketing.

CODIGO 304202	COMPONENTE CURRICULAR COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	CARGA HORARIA 80H/AULA
--------------------------------	--	---

EMENTA

Modelos do comportamento do consumidor. Conceitos, características e abordagens da opinião pública. A opinião do consumidor. Principais fatores que influenciam o comportamento do consumidor: motivação, percepção, atitudes, personalidades, família, classe social, grupos de referência, cultura. Percepção e estímulos funcionais. Processo decisório no evento de consumo. Persuasão: convencimento à orientação do consumidor. Atitude e mudanças de atitude: efeitos sobre o mercado. Consumo enquanto traço de cultura. Estágios envolvidos em processo de compra: características, inter-relações e implicações.

CODIGO 304203	COMPONENTE CURRICULAR PESQUISA E ANALISE DE MERCADO	CARGA HORARIA 80H/AULA
--------------------------------	--	---

A pesquisa de mercado: identificação, desenvolvimento do problema, planejamento, execução, preparação e tabulação dos dados coletados. Pesquisas quantitativas e pesquisas qualitativas. Análise das características de cada mercado e suas peculiaridades. Entendimento do mercado e de seus concorrentes. Seleção de mercados atrativos. Potencial de mercado. A pesquisa como ferramenta na gestão da inteligência de mercado. A aplicação das pesquisas de mercado na área de Marketing.

CODIGO 304204	COMPONENTE CURRICULAR CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS	CARGA HORARIA 80H/AULA
--------------------------------	--	---

EMENTA

Política de formação de preço. Estratégias de ajustes de preços. Determinação de preços com descontos, segmentados, promocionais, psicológicos e por localidade. Métodos de formação de preços. Consideração dos impostos na formação de preços. Margem de contribuição, *mark-up*. Unidades de negócio: margem de contribuição por produtos e serviços. Análise do ponto de equilíbrio. Análise da rentabilidade. Fatores externos que afetam as decisões de preço. O valor da marca na formação do preço. Ponto de referência para formação do preço de venda.

CODIGO 304205	COMPONENTE CURRICULAR LOGISTICA E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	CARGA HORARIA 80H/AULA
--------------------------------	---	---

Fundamentos de logística. O conceito de logística: da visão tradicional à visão moderna.

O papel da logística nas empresas. Funções logísticas: aquisição, transporte, armazenamento, gerenciamento de estoques, processamento de pedidos, embalagem, distribuição. Importância dos canais de distribuição para o sucesso de uma empresa e de suas marcas

CODIGO 304206	COMPONENTE CURRICULAR ETICA PROFISSIONAL	CARGA HORARIA 40H/AULA
EMENTA		
<p>Ética e moral. Fontes das regras éticas. Sociedade e a ética. Ética profissional. Aspectos teórico-conceituais da ética profissional. Princípios fundamentais da ética. Legislação sobre a ética profissional. A ética na área de Marketing. Valores e responsabilidades do profissional de Marketing. Problemas éticos do cotidiano profissional.</p>		

CODIGO 304207	COMPONENTE CURRICULAR PROJETO INTEGRADOR II	CARGA HORARIA 80H/AULA
<p>Integração dos conteúdos abordados nos Módulos I e II do curso, com definição pelo Colegiado de Curso do número de componentes curriculares envolvidos, sendo 3 (três) a quantidade mínima. Elaboração e desenvolvimento de um projeto integrado</p>		

MÓDULO III

CODIGO 304301	COMPONENTE CURRICULAR COMUNICAÇÃO INTEGRADA EM MARKETING	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
<p>Objetivos da comunicação. Componentes do <i>mix</i> de comunicação. O processo de comunicação integrada. Público-alvo. Orçamento. <i>Briefing</i>. Estratégias de abordagem. Tipos de apelos. Marca e imagem. Comunicação empresarial. Comunicação como ferramenta de gestão. Comunicação interativa. Relações públicas. Propaganda e publicidade. Plano de mídia. Promoção de vendas e <i>merchandising</i>. Marketing direto e e-mail marketing.</p>		

CODIGO 304302	COMPONENTE CURRICULAR MARKETING DE PRODUTOS	CARGA HORARIA 80H/AULA
<p>Marketing de produtos. Evolução de produtos e mercados. Componentes das estratégias de produtos. Ciclo de vida do produto. Estratégias de diferenciação e posicionamento de produtos. Classificação de produtos. Portfólio de produtos. Compostos e linhas de produtos. O papel das extensões de linhas. Inovações tecnológicas e vantagem competitiva. Novos produtos: importância estratégica, desenvolvimento e lançamento.</p>		

CODIGO 304303	COMPONENTE CURRICULAR MARKETING DE SERVIÇOS	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
<p>Marketing de serviços. Evolução e números relacionados ao setor de serviços no Brasil. Componentes das estratégias de serviços. Segmentação, seleção e atração de mercados. Mix de serviços. A natureza dos serviços. Classificação dos serviços.</p>		

Serviços adicionados a bens. Estratégias de retenção e relacionamento. Inovações tecnológicas e vantagem competitiva. Novos serviços: importância estratégica, desenvolvimento e lançamento.

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304304	MARKETING DE RELACIONAMENTO	80H/AULA
EMENTA		
Marketing de relacionamento. Modelos de retenção do cliente. Processo de fidelização. CRM – o relacionamento como estratégia. O CRM e as técnicas para fidelização do cliente e aquisição de clientes. As ferramentas do CRM. Database para a retenção de clientes. Relacionamento com o consumidor x relacionamento com empresas. Atividades de pós-marketing.		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304305	GESTÃO DE MARCAS	80H/AULA
EMENTA		
Gestão de marcas. Marcas de sucesso. Sistema de identidade da marca. Associações organizacionais. Personalidade da marca. Implementação da identidade. Estratégias das marcas ao longo prazo. Sistemas de marcas. Mecanismos para alavancar a marca. Mensuração da equidade da marca. Organização para o desenvolvimento da marca		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304306	PROJETO INTEGRADOR III	80H/AULA
Integração dos conteúdos abordados nos Módulos I, II e III do curso, com definição pelo Colegiado de Curso do número de componentes curriculares envolvidos, sendo 3 (três) a quantidade mínima. Elaboração e desenvolvimento de um projeto integrado		

MÓDULO IV

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304401	EMPREENDEDORISMO	40H/AULA
EMENTA		
Aspectos teórico-conceituais de empreendedorismo e mecanismos de apoio. Perfil do gestor empreendedor. A criatividade e inovação. Oportunidades de negócios. Identificação, seleção e definição do negócio. Fundamentos, condicionantes e estruturação de plano de negócios. Elaboração de plano de negócios. Atitude empreendedora na área de Marketing		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
304402	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING	80H/AULA
Planejamento: conceitos e princípios, Planejamento estratégico de Marketing: processo de planejamento estratégico, níveis de estratégia corporativa. Desenvolvimento do Plano de Marketing. Análise das oportunidades de Marketing. Missões, metas e objetivos. Decisões estratégicas de Marketing: segmentação e desenvolvimento do composto de Marketing. Seleção e desenvolvimento da estratégia de Marketing: administração das estratégias do ciclo de vida do produto. Criação de vantagem competitiva baseada no valor atribuído pelo consumidor. Estratégia de Marketing para produtos especializados. Avaliação financeira e controle de Marketing		

CODIGO	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORARIA
---------------	------------------------------	----------------------

304403	ESTRATÉGIAS DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO	80H/AULA
EMENTA		
<p>Visão contemporânea da área de vendas. O papel da venda pessoal. O processo de venda dentro do Marketing. Plano de vendas. Avaliação das oportunidades de mercado. Estimativa de potencial do mercado. Métodos de previsão de vendas. Administração de vendas. Zoneamento de vendas. Estruturação da força de vendas. Formação da equipe de vendas. Treinamento do vendedor. Motivação e sistema de incentivos. Quotas de vendas. Auditoria de vendas. Princípios da negociação. A relação perde x ganha e a relação ganha x ganha. Relações de parceria. Modelos de negociação. Estratégias e táticas de negociação.</p>		

CODIGO 304404	COMPONENTE CURRICULAR PROMOÇÃO E MERCHANDISING	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
<p>Promoção de vendas e <i>merchandising</i> no contexto de Marketing. Conceituação de promoção de vendas e suas relações com as outras formas de comunicação persuasiva. Mix de promoção. Pontos de vendas e varejo. Venda por impulso. Venda direta. Marketing direto. Tipos de promoção de vendas. Objetivos de promoção de vendas. As atividades promocionais. Ferramentas e mecânicas promocionais. Ações promocionais no ciclo de vida do produto. Conceito de <i>merchandising</i>. Tipos de ferramentas de merchandising. A relação entre promoção de vendas e <i>merchandising</i>. <i>Merchandising, layout</i> e vitrinismo.</p>		

CODIGO 304405	COMPONENTE CURRICULAR MARKETING ELETRÔNICO	CARGA HORARIA 40H/AULA
<p>Internet e comércio eletrônico. Marketing para atividades on-line. Ferramentas do Marketing eletrônico. Integração do <i>mix</i> promocional. Design da página <i>web</i>. Captação do perfil de clientes e gerenciamento de dados. Comunicação contínua com clientes. Lojas virtuais. Segurança no <i>e-commerce</i>. Oportunidades no comércio B2B. Ética do Marketing eletrônico</p>		

CODIGO 304406	COMPONENTE CURRICULAR TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
<p>Abordagem interdisciplinar dos conteúdos dos Módulos, numa leitura interdisciplinar com temas e abordagens atuais do Marketing</p>		

CODIGO 304407	COMPONENTE CURRICULAR PROJETO INTEGRADOR IV	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
<p>Integração dos conteúdos abordados nos Módulos I, II, III e IV do curso, com definição pelo Colegiado de Curso do número de componentes curriculares envolvidos, sendo 3 (três) a quantidade mínima. Elaboração e desenvolvimento de um projeto integrado</p>		

CODIGO 304000	COMPONENTE CURRICULAR ATIVIDADES COMPLEMENTARES	CARGA HORARIA 312H/AULA
EMENTA		
<p>Componentes curriculares que possibilitam o reconhecimento, por avaliação de habilidades, conhecimento e competência do aluno, inclusive adquirida fora do</p>		

ambiente acadêmico, incluindo a prática de estudos e atividades independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, especialmente nas relações com o mercado do trabalho e com as ações de extensão junto à comunidade. O seu componente prático é regulamentado em documento específico, homologado pelos colegiados da FAC-CG

CODIGO 301105	COMPONENTE CURRICULAR RELAÇÕES INTERPESSOAIS	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
Dimensões da comunicação. Comunicação interpessoal; Competência Comunicativa, percepção interpessoal. Formas de comunicação. Estilos interpessoais x impactos gerencias. Comunicação organizacional. A comunicação interna como instrumento de gestão. Estratégias de comunicação. Desafios do futuro.		

CODIGO 301106	COMPONENTE CURRICULAR COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	CARGA HORARIA 80H/AULA
EMENTA		
Estudo da língua portuguesa. Linguagem e Comunicação. Prática de leitura. Prática de produção textual. O texto e sua linguagem. O texto técnico e as necessidades gerenciais e organizacionais. Prática lingüística - aspectos fonomorfo-sintáticos e semânticos da língua.		