

PLANO DE AULA

Curso: Assistente de Marketing	
Componente Curricular: Administração Mercadológica	
Unidade de Ensino: EaD	Carga Horária do Componente Curricular: 60 horas
Unidade de Ensino: EaD	Município: EaD
Professor: Rone Rosa Martins	
E-mail do Professor: prof.rone.cotec@gmail.com	

I – Objetivo

Detalhar as principais rotinas relacionadas a administração mercadológica.

II – Bases Tecnológicas e Componente Curricular

Aspectos básicos de marketing; Conceitos de administração de marketing; Sistemas de marketing; Marketing estratégico; Mercado; Análise do composto de marketing; Aspectos da pesquisa mercadológica.

III – Metodologia de Ensino.

A metodologia será por meio de aulas expositivas mediada por ambiente virtual de aprendizagem, priorizando metodologias ativas, sala de aula invertida, aprendizagem por projetos, pesquisa-ação, estudos de caso e entre outras que concebem o estudante como protagonista do seu processo de aprendizagem e do processo de construção do seu conhecimento.

IV – Recursos Didáticos.

Salas de aula, equipamentos para apresentação de *slides*, computadores com acesso à internet e ao *Moodle*.

V – Critérios Avaliativos.

A avaliação do discente na disciplina terá nota máxima de 100 (cem) pontos e será composta pela somatória dos resultados individuais obtidos na participação nos fóruns, realização da atividade prática, realização do questionário subjetivo e realização do questionário objetivo, na seguinte proporção:

- (A) Fórum 1 (Módulo 1): 17 pontos;
- (B) Atividade Prática 1 (Módulo 2): 20 pontos;
- (C) Fórum 2 (Módulo 3): 17 pontos;
- (D) Atividade Prática 2 (Módulo 3): 20 pontos;
- (E) Questionário Objetivo - 20 questões (Módulo 4): 26 pontos;

Nota final: A+B+C+D+E

VI – Planejamento das aulas

MÓDULO 1 - Administração Mercadológica: Perspectiva histórica.

- A. E-book;
- B. Material Complementar (slides);
- C. Vídeo aula;
- D. Aula ao vivo;
- E. Fórum de discussão 1.

MÓDULO 2 - O consumidor e o processo de compra.

- A. E-book;
- B. Material Complementar (slides);
- C. Vídeo aula;
- D. Aula ao vivo;
- E. Atividade Prática 1.

MÓDULO 3 - O processo da Administração Mercadológica; Administração Mercadológica: preço, ponto de distribuição e promoções.

- A. E-book;
- B. Material Complementar (slides);
- C. Vídeo aula;
- D. Aula ao vivo;
- E. Fórum de discussão 2.
- F. Atividade Prática 2.

MÓDULO 4 - *Marketing* Empresarial. Perspectivas da Administração Mercadológica.

- A. E-book;
- B. Material Complementar (slides);
- C. Vídeo aula;
- D. Aula ao vivo;
- E. Questionário Objetivo;

VII – Bibliografia e Material de Apoio Didático

Obrigatórias

- 1) KOTLER, Philip. **Administração de *marketing***: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2010.
- 2) LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de *Marketing***. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Complementares

- 1) Almeida, R. (2018). Caderno Didático de Administração Mercadológica (IFPR). Cadernos REDE ITEGO, 1(1), 88-186. Recuperado de <https://www.ead.go.gov.br/cadernos/index.php/CDP/article/view/157>
- 2) GULLO, José; PINHEIRO, Duda. Fundamentos de Marketing. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- 3) KOTLER, Philip. Marketing segundo Peter Drucker: lições estratégicas que revolucionaram os conhecimentos de marketing. 1. ed. São Paulo: M Books, 2014.
- 4) LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.