

Administração Mercadológica I / Período: 5

Professor: Alessandra Junia Lima de Souza (Especialista)

CH: 80h

Ementa:

Conhecer a definição de marketing e seus conceitos atuais, objetivos do marketing, identificar os cinco passos para segmentação e escolhas do seu público-alvo, desenvolver os 4's do marketing e aprofundar no marketing social e desenvolver estratégias buscando a sobrevivência da empresa no mercado

Habilidades:

Capacitar o administrador para usar ferramentas, procedimentos, técnicas e conhecimentos especializados relativos à sua área de atuação específica. Quanto maior a facilidade em desempenhar uma tarefa específica, maiores as habilidades técnicas do administrador.

Metodologia:

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

Recursos Didáticos:

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo.

Conteúdo Programático:

Definição de marketing (1º conceito e conceitos atuais)
Objetivos do marketing
Segmentação do mercado
O composto mercadológico
Marketing e responsabilidade social

Sistema de Avaliação:

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

Fórum de Discussão Avaliativo: 10%

Estudo Dirigido: 10%

Avaliação Parcial I : 15%

Avaliação Parcial II : 15%

Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a **Avaliação Suplementar** com as seguintes características:

Todo o conteúdo da disciplina. Valor: 100 pontos

Pré-requisito: Resultado Final ≥ 20 e < 60

Regra: $(\text{Resultado Final} + \text{Nota Prova Suplementar}) / 2$

Média final para Aprovação: ≥ 60 pontos

Bibliografia Principal:

ROJAS, Pablo. Introdução À Logística Portuária e Noções de Comércio Exterior. Porto Alegre: Bookman, 2014. Série Tekne.

MINERVINI, Nicole - O Exportador 6ª Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

BORGES, Joni Tadeu. Financiamento ao Comércio Exterior: O que uma empresa precisa para saber. Curitiba: Intersaberes, 2012.

MINERVINI, Nicola. O Exportador: ferramentas para atuar com sucesso no Mercado Internacional. 5ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

Por ser verdade, firmo o presente documento.

Ipatinga/MG - 28 de Abril de 2025



Thyciane Alvieira Gonsalves Freitas
Secretária Acadêmica