

## Plano de Ensino

Curso			Semestre/Ano
Tecnologia em Gestão Empresarial			2o Semestre/2019
Disciplina			Sigla
Planejamento de Marketing			PMP001
Carga Horária Semanal	Carga Teórica	Carga Prática	Carga Horária Semestral
4	2	2	80
Professor			
HENRIQUE CESAR NANNI			
Ementa			
Características dos negócios de alto desempenho, missão e alinhamento empresarial, estabelecimento de metas, análise do portfólio de negócios da empresa, formulação de estratégias de marketing. Análise dos elementos de um plano de marketing			
Objetivo			
Entender as estratégias que o marketing utiliza para desenvolvimento de negócios			
Metodologia			
<p>Oral</p> <p>Dinâmica</p> <p>Power Point e exercício fixação</p> <p>Atividades</p> <p>Exercícios</p> <p>Power Point e Exercícios de fixação</p> <p>Power Point</p> <p>Exercícios e Palestra</p> <p>Palestra</p> <p>Exercício fixação</p> <p>Exercícios fixação</p> <p>Avaliação</p> <p>Discussão em sala</p> <p>Pesquisa e discussão em sala</p> <p>Atividades em grupo</p> <p>Seminários</p> <p>Atendimentos</p> <p>Seminarios</p>			
Critérios de Avaliação			
Fórmula : (P1 + P2 + P3 + P4) / 4			
Legendas :			
P4 - - P4			
P3 - - P3			
P2 - - P2			
P1 - - P1			
Plano de Aula			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Apresentações -&gt; Apresentação pessoal Plano de aula Avaliações Metodologias Pesquisa - projetos</li> <li>2 Arvore dos problemas - causa e efeito -&gt; Dinâmica de planejamento</li> <li>3 Conceitos de planejamento -&gt; Planejamento - Operacional - Tático e Estratégico</li> <li>4 Conceitos - exercícios -&gt; Exercícios</li> <li>5 Conceitos Planejamento -&gt; Exercícios</li> <li>6 Conceitos de Planejamento -&gt; Planejamento - Operacional - Tático e Estratégico</li> <li>7 Empresas de alto desempenho -&gt; Atividades Power Point Exercícios</li> <li>8 Empresas de alto Desempenho - exercícios -&gt; Atividades em Grupo</li> </ol>			
Responsavel pela Disciplina		Coordenador pelo Curso	
HENRIQUE CESAR NANNI		VIVIAM ESTER DE SOUZA	
29/11/19		29/11/19	

## Plano de Ensino

- 9 Estratégias de Marketing -> Cases e testesO profissional
- 10 Estratégias de Marketing -> Atividades
- 11 Missão - Visão e Valores -> Visão e MissãoValores e Indicadores
- 12 Indicadores de Desempenho -> Atividades em sala
- 13 Metas e Objetivos -> Case e atividadesdinâmica
- 14 Metas e Objetivos -> Case e atividadesdinâmicaExercícios
- 15 Avaliação - 1 -> Prova de múltiplas escolha
- 16 Correção Prova -> Correção
- 17 Comércio eletrônico -> Negócio na Internet - Cases
- 18 Alinhamento Empresarial -> Dinâmicas e exercícios
- 19 Portfólio -> Posicionamento e Classificação de negócios
- 20 Ferramentas de Marketing -> Caso da United Breaks Guitars
- 22 Avaliação e correção -> Prova de múltipla escolha
- 23 Apresentação de Projetos - Final -> Seminários
- 24 Apresentação de projetos - final -> Seminários
- 25 Apresentação Projetos - Final -> Seminários
- 25 Plano -> Correções
- 26 Apresentação Plano Mkt -> Seminários
- 27 Apresentação Plano Mkt -> Seminarios

Bibliografia Basica

Bibliografia Complementar

Bibliografia Referencia

Responsavel pela Disciplina

HENRIQUE CESAR NANNI

29/11/19

Coordenador pelo Curso

VIVIAM ESTER DE SOUZA

29/11/19