



REITORIA PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

**Coordenação de Curso
Plano de ensino completo**

CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Disciplina: MARKETING

Carga horária: 60 h/a

Professor: Selma Cavaignac

Turma/ horários: 08:30h às 11:00h

Dia da Semana: Segunda-feira

Período: 1º e 2º

Semestre/ ano: 2014.1

Currículo resumido Professor: SELMA CAVAIGNAC

Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Maranhão (1995). Mestrado em Educação pela Universidade Federal do Maranhão. Pós-Graduação em Gestão da Comunicação (UFMA), Pós-Graduação em Comunicação Organizacional (UFMA) e Pós-Graduação em Metodologia do Ensino Superior (UFMA). MBA Empresarial em Gestão Administrativa e Marketing pela Escola Superior Aberta do Brasil. Atualmente é professora e Coordenadora do Curso de Comunicação Social da Universidade CEUMA. Assessora de Comunicação na Assembleia Legislativa do Maranhão. Atuação nos principais veículos de comunicação da capital, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT/SP), Editora Abril (SP), Núcleo de Comunicação do Fundo das Nações Unidas para Infância - UNICEF (DF), Analista de Comunicação do INMETRO.

Ementa:

Apresentação dos conceitos de Marketing, dos pontos de vista estratégico, tático e operacional no contexto atual. Fundamentos, bases e componentes de marketing. Comportamento do consumidor e segmentação. Planejamento de Marketing.

Objetivo geral da disciplina

Proporcionar aos alunos o conhecimento dos conceitos modernos de Administração de Marketing, princípios básicos e ferramentas de gestão mercadológica

Contribuição da disciplina para os objetivos do Curso

CAMPUS RENASCENÇA

Rua Josué Montello, nº 1, Renascença II
CEP 65.075-120 – São Luís /MA
Fone (98) 3214-4277.

CAMPUS COHAMA

Av. Jerônimo de Albuquerque
nº 500, Cohama - CEP 65.060-645
São Luís / MA
Fone (98) 3246-8579.

CAMPUS ANIL

Av. Edson Brandão, s/n, Anil
CEP 65.045-380 – São Luís/MA
Fone (98) 3243-3115/3116.

CAMPUS BACABAL

Rua Dias Carneiro, nº 1748
CEP 65.700-000 – Bacabal / MA.
Fone (99) 3621-8402/2509.



REITORIA
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
Coordenação de Curso
Plano de ensino completo

Fornecer subsídios para elaboração de estratégias mercadológicas

05. Conteúdo programático

UNIDADE I – Marketing dos novos tempos

- 1.1 Conceitos e evolução
- 1.2 A evolução do composto de marketing
- 1.3 A interatividade em marketing

UNIDADE II – O consumidor digital

- 2.1 O novo consumidor
- 2.3 O poder do consumidor digital
- 2.4 Marketing e o consumidor digital

UNIDADE III – O Plano de Marketing

- 3.1 Introdução;
- 3.2 Aspectos a serem analisados;
- 3.3 A montagem de um Plano de Marketing;
 - 3.3.1 Sumário Executivo;
 - 3.3.2 Análise da Situação;
 - 3.3.3 Análise SWOT
 - 3.3.4 Metas e Objetivos de Marketing
 - 3.3.5 Estratégia de Marketing
 - 3.3.6 Implementação
 - 3.3.7 Avaliação e Controle

CAMPUS RENASCENÇA

Rua Josué Montello, nº 1, Renascença II
CEP 65.075-120 – São Luís /MA
Fone (98) 3214-4277.

CAMPUS COHAMA

Av. Jerônimo de Albuquerque
nº 500, Cohama - CEP 65.060-645
São Luís / MA
Fone (98) 3246-8579.

CAMPUS ANIL

Av. Edson Brandão, s/n, Anil
CEP 65.045-380 –São Luís/MA
Fone (98) 3243-3115/3116.

CAMPUS BACABAL

Rua Dias Carneiro, nº 1748
CEP 65.700-000 – Bacabal / MA.
Fone (99) 3621-8402/2509.



REITORIA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Coordenação de Curso

Plano de ensino completo

Desenvolvimento metodológico (Metodologia e Recursos):

Aula expositiva;

Atividades práticas em grupo

Sistema de Avaliação

De conformidade com a Instrução de Serviço/ Reitoria nº 002, de 13 de julho de 2012, e para o pleno cumprimento da Resolução CEPE – UNI nº 001/2012, de 29 de março de 2012 – Normas de Avaliação do Desempenho Acadêmico na Universidade CEUMA:

“O docente, a critério da respectiva Coordenadoria de Curso poderá promover trabalhos, exercícios e outras atividades em classe e extraclasse, nos limites definidos pelo Conselho do Curso, cujas notas, juntamente com a prova regimental do respectivo bimestre determinarão o cálculo da média aritmética simples bimestral.”

A avaliação deverá constar de, pelo menos, uma prova regimental, escrita e individual, sendo atribuída à mesma uma nota expressa de zero a dez, em número inteiro ou em número inteiro mais cinco décimos.

Controle de Frequência

Será realizado mediante chamada nominal em sala de aula, em diário próprio da disciplina. A frequência mínima para aprovação em cada disciplina é de 75% (setenta e cinco) por cento. Em todos os horários será feita chamada.

Recursos Didáticos:

Sala de aula convencional

Data-show F

Quadro Branco

Outros

Bibliografia Básica (03): (De acordo com o PPC)

KOTLER, Philip. Princípios de marketing. **São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.**

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. **São Paulo: Futura, 2000.**

CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. **São Paulo: Global, 2008.**

Bibliografia Complementar

KOTLER, Philip. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. **2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.**

DIAS, Sérgio R. Gestão de marketing. **São Paulo: Saraiva, 2005.**

LAMB, Charles W., HAIR, Joseph F., MCDANIEL, Carl. Princípios de marketing. **9ª ed. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2004.**

SHETH, Jagdish N. Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. **São Paulo: Atlas, 2001.**

CAMPUS RENASCENÇA

Rua Josué Montello, nº 1, Renascença II
CEP 65.075-120 – São Luís /MA
Fone (98) 3214-4277.

CAMPUS COHAMA

Av. Jerônimo de Albuquerque
nº 500, Cohama - CEP 65.060-645
São Luís / MA
Fone (98) 3246-8579.

CAMPUS ANIL

Av. Edson Brandão, s/n, Anil
CEP 65.045-380 – São Luís/MA
Fone (98) 3243-3115/3116.

CAMPUS BACABAL

Rua Dias Carneiro, nº 1748
CEP 65.700-000 – Bacabal / MA.
Fone (99) 3621-8402/2509.