

Plano de ERT (Ensino Remoto Transitório)

Plano de ERT (Ensino Remoto Transitório)						
Disciplina: Marketing					Código: GQ 211	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa	(X) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito: Não	Co-requisito:	Modalidade: () Presencial () Totalmente EaD (X) ERE_ *C.H.EaD				
CH semanal síncrona: 0 CH semanal assíncrona: 5 CH total semanal: 5 CH Total disciplina: 60	Padrão (PD): <div style="text-align: center; font-size: 1.2em;">60</div> 12 semanas	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):
Estágio de Formação Pedagógica (EFP):	Extensão (EXT):	Prática como Componente Curricular (PCC):				
EMENTA (Unidade Didática)						
<p>A importância da utilização dos conceitos mercadológicos como instrumentalização da Qualidade na formulação de produtos e serviços. O papel do gestor da Qualidade no ambiente de prestação de serviços. Estratégias de convencimento para planejamentos de Qualidade no âmbito empresarial. A formulação do Mix de Marketing.</p>						

PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. A importância da utilização dos conceitos mercadológicos como instrumentalização da Qualidade na formulação de produtos e serviços.
 - a) Conceito de Marketing;
 - b) Aplicação do Marketing nas empresas;
 - c) A aplicação do Marketing nos produtos;
 - d) A aplicação do Marketing nos serviços.

2. O papel do gestor da Qualidade no ambiente de prestação de serviços.
 - a) Como o Gestor da Qualidade se comporta na Gestão de Serviços, utilizando o Marketing como ferramenta;
 - b) A prestação de serviços como vertente predominante no mercado;
 - c) A Qualidade e o Marketing no mundo globalizado.

3. Estratégias de convencimento para planejamentos de Qualidade no âmbito empresarial.
 - a) Qualidade e estratégias de convencimento
 - b) O convencimento como estratégia de marketing;
 - c) As inúmeras facetas do Marketing no mercado interno e externo das organizações.

4. A formulação do Mix de Marketing.
 - a) Histórico do Mix de Marketing;
 - b) Aplicabilidade no Mix de Marketing;
 - c) A importância da utilização do Mix de Marketing no contexto da Gestão da Qualidade;
 - d) O Mix de Marketing: Produto/Serviço: formulação, aplicabilidades, características.
 - e) O Mix de Marketing: Preço: formulação, aplicabilidades, características.
 - f) O Mix de Marketing: Praça: formulação, aplicabilidades, características.
 - g) O Mix de Marketing: Promoção: formulação, aplicabilidades, características.

OBJETIVO GERAL

- Aplicar as fundamentações do Marketing na formulação de bens, serviços, ideias e estratégias organizacionais objetivando um boa *performance* de um sistema de gestão da qualidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aplicar os fundamentos do Marketing nos diversos tipos de empresas existentes, independentemente de seu porte ou ramo de atividade.
- Empregar os mecanismos mercadológicos de modo a promover a melhoria contínua dos processos empresariais

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

- a) As atividades serão assíncronas; utilizando o Moodle da UFPR, e-mail (maurafranco@ufpr.br) ou outros recursos podem ser pactuados com os alunos, caso haja necessidade. As atividades assíncronas serão realizadas durante o período de 12 (doze) semanas, dentro do presente período **letivo transitório**; e, recomenda-se que os discentes, a partir de 07/05/2021 e conforme cronograma abaixo, reservem, 5 (cinco) horas semanais; distribuídas em conformidade com suas possibilidades, para a disciplina.
- b) As postagens de conteúdos (slides, vídeos, textos, links e demais) ocorrerão às sextas-feiras. Ainda poderá existir alguma alteração de postagem se acontecer problemas de ordem operacional da UFPR (UFPR Virtual) ou eventual indisponibilidade da docente.
- c) As bibliografias foram selecionadas na Biblioteca Virtual do Sistema de Bibliotecas da UFPR (Minha Biblioteca).
- d) Data final das atividades 23/07/2021.
- e) A disciplina será ofertada com 40 vagas disponíveis;
 - O exame se configura na postagem, no dia 30/07/2021, de atividades a serem designadas pela docente da disciplina. Após a resolução do exame final o mesmo poderá ser postado até 06/08/2021.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

- a) Serão realizadas 2 (duas) avaliações (executadas de modo assíncrono) cuja somatória realizada ao longo da disciplina será dividida por 2 para gerar a média final.
- b) As atividades avaliativas serão solicitadas via Moodle e as respostas das mesmas deverão igualmente serão postadas na referida plataforma.
- c) A presença nas atividades assíncronas será verificada com a entrega dos estudos dirigidos e ou outras atividades recomendadas.
- d) A partir da postagem da atividade avaliativa será estabelecido o prazo limite para a entrega da mesma.
- e) A não entrega da atividade avaliativa no prazo estabelecido acarretará em diminuição gradual da nota, sendo 20% por semana de atraso.
- f) A não entrega da atividade avaliativa gerará um conceito em nota "0" (zero).
- g) Os alunos em exame, em conformidade com os parâmetros vigentes, serão aprovados pela média simples entre a média final e a nota do exame.
- h) Os critérios para as avaliações serão:
 - i) Capacidade de correlação dos conteúdos a casos potencialmente reais
 - j) Domínio do assunto apresentado à luz da teoria
 - k) Argumentação lógica e ordenada
 - l) Autenticidade.
- m) Uso de referência à bibliografia recomendada
- n) Respeito a normas para execução de trabalhos acadêmicos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. Hoffman, John E. G. e Bateson | K. D. **Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, estratégias e casos**. Cengage Learning Brasil, 2016. [Minha Biblioteca].
2. Marcos, Cobra e URDAN, André Torres. **Marketing Básico, 5ª edição**. Grupo GEN, 2017. [Minha Biblioteca].
3. Wood, Marian B.. **Planejamento de Marketing**. Editora Saraiva, 2015. [Minha

Biblioteca].

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR


1. Da, Rocha, Angela, et al. *Administração de marketing: conceitos, estratégias, aplicações*. Grupo GEN, 2013. [Minha Biblioteca].
2. Gioia, Ricardo M. *Fundamentos de Marketing: conceitos básicos - Coleção de Marketing, vol. 1 - 3ª edição*. Editora Saraiva, 2013. [Minha Biblioteca].
3. Kurtz, Louis E. Boone | David L. *Marketing Contemporâneo - Tradução da 12ª edição norte-americana*. Cengage Learning Brasil, 2013. [Minha Biblioteca].
4. Marcelo, Zenaro e Pereira, Maurício Fernandes *Marketing estratégico para organizações e empreendedores: guia prático e ações passo a passo*. Grupo GEN, 2013. [Minha Biblioteca].
5. Tybout, Alice M.. *Marketing*. Editora Saraiva, 2013. [Minha Biblioteca].

Professor da Disciplina: Maura Regina Franco

Assinatura: _____

Coordenadora do Curso: Arnaud Francis Bonduelle

Assinatura: _____

	Setor/Curso: Sept/TGQ	Período: noturno
	Disciplina: Seminário Avançado em Gestão da Qualidade Código: GQ 642	
	Turma: A	Professor Responsável: Maura Regina Franco

DIA	CONTEÚDO/ATIVIDADE
07/05/2021 Postagem 1	<ul style="list-style-type: none"> • A importância da utilização dos conceitos mercadológicos como instrumentalização da Qualidade na formulação de produtos e serviços. • Conceito de Marketing.
14/05/2021 Postagem 2	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicação do Marketing nas empresas. • A aplicação do Marketing nos produtos.
21/05/2021 Postagem 3	<ul style="list-style-type: none"> • A aplicação do Marketing nos produtos. • A aplicação do Marketing nos serviços.
28/05/2021 Postagem 4	<ul style="list-style-type: none"> • O papel do gestor da Qualidade no ambiente de prestação de serviços. • Como o Gestor da Qualidade se comporta na Gestão de Serviços, utilizando o Marketing como ferramenta.
04/06/2021 Postagem 5	<ul style="list-style-type: none"> • A prestação de serviços como vertente predominante no mercado.
11/06/2021 Postagem 6	<ul style="list-style-type: none"> • A Qualidade e o Marketing no mundo globalizado. • Estratégias de convencimento para planejamentos de Qualidade no âmbito empresarial. • Qualidade e estratégias de convencimento.
18/06/2021 Postagem 7	<ul style="list-style-type: none"> • O convencimento como estratégia de marketing. • As inúmeras facetas do Marketing no mercado interno e externo das organizações.
25/06/2021 Postagem 8	<ul style="list-style-type: none"> • A formulação do Mix de Marketing. • Histórico do Mix de Marketing. • Aplicabilidade no Mix de Marketing. • A importância da utilização do Mix de Marketing no contexto da Gestão da Qualidade.
02/07/2021 Postagem 9	<ul style="list-style-type: none"> • O Mix de Marketing: Produto/Serviço: formulação, aplicabilidades, características.
09/07/2021 Postagem 10	<ul style="list-style-type: none"> • O Mix de Marketing: Preço: formulação, aplicabilidades, características.
16/07/2021 Postagem 11	<ul style="list-style-type: none"> • O Mix de Marketing: Praça: formulação, aplicabilidades, características.
23/07/2021 Postagem 12	<ul style="list-style-type: none"> • O Mix de Marketing: Promoção: formulação, aplicabilidades, características.
30/07/2021 Postagem Exame	<ul style="list-style-type: none"> • EXAME: Conteúdo pertinente à unidade curricular acima exposta, levando-se em conta materiais diversos postados e bibliografias apontadas neste plano de aulas.