



Universidade do Estado do Pará
Centro de Ciências Naturais e Tecnologia
Curso de Engenharia de Produção

DISCIPLINA:	Marketing	CÓDIGO:	DCSA0015
--------------------	-----------	----------------	----------

CARGA HORÁRIA	TOTAL:	60h	CRÉDITOS:	3
			*cada crédito corresponde a 20horas de aula	
	TEÓRICA:	60h		
	PRÁTICA:	Não há.		
PRÉ-REQUISITO:	Não há.			

OBJETIVO DA DISCIPLINA: A disciplina tem por objetivo promover habilidades e competências relacionadas às tomadas de decisão mercadológicas de bens e serviços produzidos por organizações, de forma eficaz e sustentável.

Promover no aluno as seguintes habilidades e competências de acordo com as novas DCN's (2019) e competências em Engenharia de Produção:

COMPETÊNCIAS:

- Capacidade de formular e conceber soluções desejáveis de engenharia, analisando e compreendendo os usuários dessas soluções e seu contexto;
- Capacidade de trabalhar e liderar equipes multidisciplinares;
- Capacidade de interagir com as diferentes culturas, mediante o trabalho em equipes presenciais ou à distância, de modo que facilite a construção coletiva.

HABILIDADES:

- Habilidades em utilizar técnicas adequadas de observação, compreensão, registro e análise das necessidades dos usuários e de seus contextos sociais, culturais, legais, ambientais e econômicos;
- Habilidades em formular, de maneira ampla e sistêmica, questões de engenharia, considerando o usuário e seu contexto, concebendo soluções criativas, bem como o uso de técnicas adequadas;
- Habilidades em desenvolver sensibilidade global nas organizações;
- Habilidades em avaliar de forma crítico-reflexiva os impactos das soluções de Engenharia nos contextos social, econômico e ambiental;
- Habilidades em atuar, de forma colaborativa, ética e profissional em equipes multidisciplinares, tanto localmente quanto em rede.

ATITUDES:

- Postura investigativa;
- Postura de busca de melhorias progressivas dos bens e serviços;
- Postura proativa;
- Senso de posicionamento crítico;
- Postura de busca permanente da eficiência e da eficácia.

EMENTA:

Fundamentos do Marketing; Estratégias de Marketing; Marketing Sustentável; Marketing Digital
Novos Modelos para o Marketing na Era Digital; Aplicações Táticas de Marketing na Economia Digital; Marketing na Prática.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. FUNDAMENTOS DO MARKETING

- 1.1. Conceito de marketing e o processo de marketing;
- 1.2. Análise do ambiente de marketing;
- 1.3. Administração das informações de marketing;
- 1.4. Mercados consumidores e comportamento de compra do consumidor;
- 1.5. Mercados organizacionais e comportamento de comprador organizacional.

2. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

- 2.1. Estratégias do produto;
- 2.2. Estratégias de preço;
- 2.3. Canais de marketing;
- 2.4. Promoção de produtos.

3. MARKETING SUSTENTÁVEL

- 3.1. O conceito de marketing sustentável;
- 3.2. Ações do consumidor para promover o marketing sustentável;
- 3.3. Ações organizacionais voltadas para o marketing sustentável.

4. MARKETING DIGITAL

- 4.1. Mudanças de poder para os consumidores conectados;
- 4.2. Os paradoxos do marketing para consumidores conectados;
- 4.3. As influentes subculturas digitais;
- 4.4. Marketing na economia digital.

5. NOVOS MODELOS PARA O MARKETING NA ERA DIGITAL

- 5.1. O novo caminho do consumidor;
- 5.2. Métricas de produtividade do marketing;
- 5.3. Setores e melhores práticas.

6. APLICAÇÕES TÁTICAS DE MARKETING NA ECONOMIA DIGITAL

- 6.1. Marketing centrado no ser humano para atração de marca;
- 6.2. Marketing de conteúdo para curiosidade pela marca;
- 6.3. Integração das mídias e experiências tradicionais e digitais;
- 6.4. O poder de aplicativos para celular, CRM social e gamificação.

7. MARKETING NA PRÁTICA

- 7.1. Softwares de marketing;
- 7.2. Aplicações (Estudo de Casos);
- 7.3. Planos de marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: Conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira.** São Paulo: Atlas, 2008.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.