

## Curso de Marketing

### **Disciplinas:** Comunicação Empresarial 1ª Fase

**Ementa:** Fundamentos gerais da comunicação: elementos, níveis, funções. Comunicação empresarial estratégica: comunicação interna e externa, tendências. Habilidades comunicacionais verbais e não verbais no âmbito empresarial: objetividade, clareza, coerência, precisão. Redação técnica: correspondências comerciais e eletrônicas. Argumentação para vendas.

**Forma de Avaliação:** A avaliação dos discentes matriculados na disciplina será realizada mediante os seguintes instrumentos:

Prova N1 - 60% da média.

Prova com questões objetivas relacionadas com os conteúdos das aulas 1 a 4, que devem ser respondidas individualmente e de forma presencial na Faculdade Cesusc.

N3 - somatório das atividades avaliativas na Plataforma Cesusc Online - 40% da média.

Atividades avaliativas com questões dissertativas e objetivas que devem ser respondidas na plataforma Cesusc Online ao final de cada aula.

**Metodologia:** Arco de Maguerez - Metodologia da Problematização: Contextualização do conteúdo a partir de materiais previamente selecionados; Leitura teórica tendo como base a literatura indicada na bibliografia e disponibilizada aos acadêmicos via biblioteca digital e bases de dados de artigos acadêmicos científicos; Reavaliação do conhecimento por meio de discussões, tendo por base a leitura teórica realizada; Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas atividades avaliativas ao final da aula

### **Disciplinas:** Cultura e Sociedade 1ª Fase

**Ementa:** Temas Fundamentais de Economia, Sociologia, Ciência Política e Antropologia. Revolução industrial; Industrialização brasileira; Sociedade moderna segundo pensadores clássicos; Empresas, Estado e Sociedade Civil. Reflexões sobre capitalismo, democracia e autogestão. Direitos Humanos. Aspectos culturais da sociedade atual. História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena. Sustentabilidade e educação ambiental.

**Forma de Avaliação:** A avaliação dos alunos(as) matriculados na disciplina será realizada mediante os seguintes instrumentos:

Prova N1 - 60% da média

N3 - somatório das atividades avaliativas na plataforma Cesusc Online - 40% da média

**Metodologia:** Arco de Maguerez - Metodologia da Problematização: Contextualização do conteúdo a partir de materiais previamente selecionados; Leitura teórica tendo como base a literatura indicada na bibliografia e disponibilizada aos acadêmicos via biblioteca digital e bases de dados de artigos acadêmicos científicos; Reavaliação do conhecimento por meio de discussões, tendo por base a leitura teórica realizada; Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas atividades avaliativas ao final da aula

### **Disciplinas:** Negociação 1ª Fase

**Ementa:** Conflito: conceitos e características. Origem e evolução dos conflitos. O conflito visto como um processo. O conflito nas organizações: principais elementos envolvidos. Fontes de conflitos nas organizações. Visão tradicional e moderna dos conflitos. O papel dos líderes na resolução de conflitos. Estratégias de resolução de conflitos com públicos internos e externos. Competências para evitar e resolver conflitos. Conflitos com públicos externos: a importância de zelar pela imagem da empresa. Criação de um clima favorável à solução do conflito. Aplicação das técnicas de resolução de conflitos. A importância das atitudes profissionais. Conflitos Laborais. Os diferentes conflitos laborais. A natureza, as causas e as diferentes expressões de conflito. Estilos de Comunicação e a Gestão e Prevenção de Conflitos. O que é negociação: processos, objetivos e resultados. Fases do processo de negociação, Variáveis que determinam a eficácia na negociação. Modelo sistêmico do processo negocial. A escalada na negociação. Impasses na negociação. Métodos "Ganha-Ganha", "Perde-Perde", "Ganha-Perde". Respostas que facilitam a resolução de problemas. Obstáculos à resolução de problemas. Técnicas de persuasão.

**Forma de Avaliação:** Avaliação dos alunos matriculados na disciplina é realizada mediante os seguintes instrumentos:

Prova N1 - 30% da média

Prova N2 - 30% da média

N3 (somatório das atividades da plataforma) - 40%

**Metodologia:** Arco de Maguerez - Metodologia da Problematização: Contextualização do conteúdo a partir de materiais previamente selecionados; Leitura teórica tendo como base a literatura indicada na bibliografia e disponibilizada aos acadêmicos via biblioteca digital e bases de dados de artigos acadêmicos científicos; Reavaliação do conhecimento por meio de discussões, tendo por base a leitura teórica realizada; Aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas atividades avaliativas ao final da aula

Disciplina: FORMAÇÃO E GESTÃO DE PREÇOS – 2ª Fase

**Ementa:** Definição de Preço e seus elementos de gestão; Análise de custos para decisões de precificação; Relação Preço e Composto Mercadológico; Estratégias de Preços e seus objetivos; Relação demanda e preços; Análise do consumidor e as decisões de preços; Fatores que influenciam os preços; Táticas e políticas de preços mais utilizadas.

**Forma de Avaliação:** A avaliação dos discentes matriculados na disciplina será realizada mediante os seguintes instrumentos:

Prova N1 - 30% da média

Prova N2 - 30% da média

N3 - somatório das atividades avaliativas na Plataforma Cesus Online - 40% da média.

**Metodologia:** Metodologia da Problematização (Arco de Maguerez): contextualização do conteúdo a partir de materiais previamente selecionados; leitura teórica tendo como base a literatura indicada na bibliografia e disponibilizada aos acadêmicos via bibliotecas digitais e base de dados de artigos acadêmicos científicos; reavaliar o conhecimento por meio de discussões, tendo por base a leitura teórica realizada; aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas atividades avaliativas ao final da aula.

Disciplina: Direito do Consumidor – 3ª Fase

**Ementa:** Direitos do Consumidor: Conceitos básicos de Consumidor e Fornecedor. Responsabilidades. O Marketing Mix sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor. Produto (Bens e Serviços). Publicidade enganosa e abusiva. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Ética nos Negócios e nas Vendas.

**Forma de Avaliação:**A avaliação dos alunos(as) matriculados na disciplina será realizada mediante os seguintes instrumentos:  
Prova (N1 e N2) - 60% da média  
Atividades explicitadas na plataforma (N3) - 40% da média

**Metodologia:** Metodologia Inovadoras (Teoria x Prática) Metodologia da Problematização (Arco de Maguerez): contextualização do conteúdo a partir de materiais previamente selecionados; leitura teórica tendo como base a literatura indicada na bibliografia e disponibilizada aos acadêmicos via bibliotecas digitais e base de dados de artigos acadêmicos científicos; reavaliar o conhecimento por meio de discussões, tendo por base a leitura teórica realizada; aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas atividades avaliativas ao final da aula.

Disciplina: Liderança e Gestão de Equipes – 3ª Fase

**Ementa:** Teorias da Liderança; Estilos de liderança; Liderança, Poder e Influência nas Organizações; Liderança e Confiança; Grupos e equipes de trabalho nas organizações; Tipos de grupos e equipes; Estágios de desenvolvimento de grupos; Características dos grupos de trabalho eficazes; Equipes de alta performance; Intervenções com grupos de trabalho nas organizações.

**Forma de Avaliação:** Avaliação dos alunos matriculados na disciplina é realizada mediante os seguintes instrumentos:  
Prova N1 - 30% da média  
Prova N2 - 30% da média  
N3 (somatório das atividades da plataforma) - 40%

**Metodologia:** Metodologia Inovadoras (Teoria x Prática) Discussão com material para contextualização a partir do conhecimento prévio do aluno. Leitura teórica para reflexão acerca do conhecimento empírico do acadêmico aliado aos preceitos da teoria relacionada. Relativização por meio de discussões de conexão entre prática e teoria. Nova construção de conhecimento.

Disciplina: Estratégia e Gestão de Projetos – 4ª Fase

<p><b>Ementa:</b> O campo da estratégia empresarial: os principais conceitos, classificações e teorias. O conceito de estratégia; as forças competitivas; a estratégia, a vantagem competitiva e os recursos; a estratégia e a concorrência; o processo da estratégia; o controle estratégico; análise do ambiente empresarial e dos stakeholders; os cenários. Conceitos Básicos do Gerenciamento de Projetos. O Contexto da Gestão de Projetos: Fases e Ciclo de Vida de Projetos; Gerenciamento de Stakeholders; O PMI - Project Management Institute. Os Processos de Gestão de Projetos: Conceitos de Processos de Gerenciamento de Projetos; Processos e ciclo de vida de projetos. Áreas de conhecimento: Gestão da Integração; Início de um Projeto; Gestão do Escopo; Gestão de Prazos; Gestão de Custos; Gestão de Qualidade; Gestão de Recursos Humanos; Gestão de Comunicação; Gestão de Riscos.</p>
<p><b>Forma de Avaliação:</b> Avaliação dos alunos matriculados na disciplina é realizada mediante os seguintes instrumentos:          Prova N1 - 30% da média          Prova N2 - 30% da média          N3 (somatório das atividades da plataforma) - 40%</p>
<p><b>Metodologia:</b> Discussão com material para contextualização a partir do conhecimento prévio do aluno. Leitura teórica para reflexão acerca do conhecimento empírico do acadêmico aliado aos preceitos da teoria relacionada. Relativização por meio de discussões de conexão entre prática e teoria. Nova construção de conhecimento.</p>
<p>Disciplina: Marketing de Relacionamento – 4ª Fase</p>
<p><b>Ementa:</b> Contextualização do marketing de relacionamento. Origem, influências e evolução. Comportamento do consumidor. Conceitos e elementos do marketing de relacionamento. A prática do marketing de relacionamento como uma nova forma de se fazer negócios e seu impacto na competitividade das empresas. O valor do cliente ao longo do tempo (customer equity ou lifetime value). A relação entre o marketing de relacionamento e a atração, satisfação, retenção e lealdade de clientes. Gerenciamento das Reclamações, críticas e sugestões dos clientes. O marketing de relacionamento como fonte de vantagem competitiva.</p>
<p><b>Forma de Avaliação:</b> Avaliação dos alunos matriculados na disciplina é realizada mediante os seguintes instrumentos:          Prova N1 - 30% da média          Prova N2 - 30% da média          N3 (somatório das atividades da plataforma) - 40%</p>
<p><b>Metodologia:</b> Utilizando a metodologia do Arco de Maguerez são utilizados materiais para contextualização (reportagens de jornais e revistas e vídeos), fóruns de questionamentos sobre os assuntos, enfatizando discussões e visando melhorar a argumentação dos alunos. São realizadas atividades on-line e presenciais.</p>
<p>Disciplina: Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade – 4ª Fase</p>
<p><b>Ementa:</b> Ética no Mundo Contemporâneo. Ética nos Negócios. Estado, Mercado e Sociedade. Terceiro Setor. Responsabilidade Social Corporativa. Desenvolvimento Sustentável. Sustentabilidade e educação ambiental.</p>
<p><b>Forma de Avaliação:</b> Avaliação dos alunos matriculados na disciplina é realizada mediante os seguintes instrumentos:          Prova N1 - 30% da média          Prova N2 - 30% da média          N3 (somatório das atividades da plataforma) - 40%</p>
<p><b>Metodologia:</b> Metodologia da problematização (Arco de Maguerez)</p>

Disciplina: Gestão de Vendas e Políticas Comercial – 5ª Fase

**Ementa:** Elementos essenciais da política comercial: conceitos e fundamentos da administração de vendas relação de marketing e vendas. Formulação da política comercial. Métricas e política de vendas: remuneração, prêmios e comissionamento. Planejamento e gestão da força de vendas. Técnicas de comunicação necessárias ao desenvolvimento do vendedor, sua abordagem ao cliente e postura profissional. Domínio das ferramentas de promoção de vendas e atração de clientes. Análise das necessidades do comprador. Análise da concorrência: forças e fraquezas. Administração de clientes e informações. Tendências e desafios na gestão de força de vendas.

**Forma de Avaliação:** A avaliação dos discentes matriculados na disciplina será realizada mediante os seguintes instrumentos:

Prova N1 - 30% da média.

Prova com questões relacionadas com os conteúdos das aulas 1 a 4, que devem ser respondidas individualmente e de forma presencial na Faculdade Cesusc.

Prova N2 - 30% da média

Prova com questões objetivas relacionadas com os conteúdos das aulas 5 a 8, que devem ser respondidas individualmente na plataforma Cesusc Online.

N3 - somatório das atividades avaliativas na Plataforma Cesusc Online - 40% da média.

Atividades avaliativas com questões dissertativas e objetivas que devem ser respondidas na plataforma Cesusc Online ao final de cada aula

**Metodologia:** Metodologia da Problematização (Arco de Maguerez): contextualização do conteúdo a partir de materiais previamente selecionados; leitura teórica tendo como base a literatura indicada na bibliografia e disponibilizada aos acadêmicos via bibliotecas digitais e base de dados de artigos acadêmicos científicos; reavaliar o conhecimento por meio de discussões, tendo por base a leitura teórica realizada; aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas atividades avaliativas ao final da aula.

### Disciplinas curso de Marketing EAD

**Disciplinas:** Comunicação Empresarial 1ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplinas:** Cultura e Sociedade 1ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplinas:** Negociação 1ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Formação e Gestão de Preços – 2ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Direito do Consumidor – 3ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Liderança e Gestão de Equipes – 3ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Estratégia e Gestão de Projetos – 4ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Marketing de Relacionamento – 4ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade – 4ª Fase (Ead assíncrona)

**Disciplina:** Gestão de Vendas e Políticas Comercial – 5ª Fase (Ead assíncrona)

**Legenda:**

Assíncrona: é o termo usado para se referir às aulas gravadas pelo professor

Síncrona: é como também pode ser chamada as aulas ao vivo pelo meet.

Híbrido: Ensino em sala de aula física e online (50% presencial e 50% assíncrona)