UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2023**
Tp. Período	**Segundo semestre**
Curso	**ENGENHARIA FLORESTAL (110/I)**
Disciplina	**1260/I - GESTÃO EMPRESARIAL E MARKETING**
Turma	**FLI/I**
Local	**IRATI**

Carga Horária: **51**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Noções básicas de administração. Funções organizacionais: produção e operações, marketing, finanças e recursos humanos. Conceitos básicos do sistema e da administração de marketing. Planejamento estratégico. Comercialização. Análise de mercado.

I. Objetivos

Desenvolver conhecimentos introdutórios sobre Gestão Empresarial e Marketing.

II. Programa

1. Noções básicas de administração;
2. Funções organizacionais;
3. Gestão de Marketing;
4. Planejamento estratégico.

III. Metodologia de Ensino

Metodologia: Aulas expositivas e interativas por meio de apresentação de slides em Power Point, Planilhas de Excel, Lives interativas com alunos e outros profissionais com qualificação aos temas que serão trabalhados. Em sala de aula presencialmente através do uso de Multimídia, Quadro, Livros e Exercícios e uso de Computadores Pessoais, para apresentação dos conteúdos e para a execução das atividades. Estudos de casos reais com participação de profissionais qualificados por meio de relatos gravados e interação simultânea por meio de LIVES, além de leituras de artigos científicos e ligação com a temática e atualidade corrente.

IV. Formas de Avaliação

Período presencial: Provas escritas, realizadas bimestralmente, totalizando 2 sendo 8 pts cada uma delas. Participação efetiva na Aula através da resolução de exercícios e elaboração/apresentação de trabalhos individuais e coletivos totalizando bimestralmente 2 pts. Prova de Recuperação com matéria do semestre inteiro.
OBS 1: Para recuperar a nota será realizado por meio de uma avaliação com os conteúdos do ano inteiro.
OBS 2 :
 Dúvidas: O canal de comunicação para dúvidas será e-mail/ Whatsapp/ Trello e aulas presenciais.
 Presenças: Obrigatória as presenças nas aulas síncronas para computar presença (75 de
presença). Chamada durante a execução da aula.
OBS 1: O controle da chamada será efetuado via planilha no excel com registro no livro físico de chamada em sala de aula. A planilha será compartilhada aos alunos por meio do grupo whatsapp criado para turma, sendo fixada na descrição deste. O arquivo estará disponível aos alunos na opção de leitura para conhecimento das suas faltas, bem como, percentuais de faltas em relação a carga horária total das disciplinas e o limite dessas. Logo, a chamada será realizada nas aulas e sendo de conhecimento público dos alunos o status das suas faltas. Dessa forma, é necessário cada aluno fazer o acompanhamento individual das suas faltas para que não haja reprovação. Pelo fato da chamada ser pública e de acesso à todos o controle das faltas são de responsabilidade dos alunos. O limite de faltas e na disciplina são 17 aulas. Durante a chamada será gravada a realização desta para geração de um arquivo e controle.
OBS 2: Não há como abonar faltas, mesmo com atestados médicos. Somente em casos de doenças infecciosas que coloquem em risco a comunidade acadêmica.
 Atividades devem ser entregues no prazo informado. Não será permitido entrega de atividades fora do prazo. Único caso, para alunos com organização de matrícula.
Cronograma das Aulas
04/10/23 29/11/23 06/03/24
11/10/23 06/12/23
18/10/23 13/12/23
25/10/23 20/12/23
01/11/23 24/01/24
08/11/23 07/02/24
15/11/23 21/02/24

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	**2023**
Tp. Período	**Segundo semestre**
Curso	**ENGENHARIA FLORESTAL (110/I)**
Disciplina	**1260/I - GESTÃO EMPRESARIAL E MARKETING**
Turma	**FLI/I**
Local	**IRATI**

Carga Horária: **51**

PLANO DE ENSINO

22/11/23 28/02/24
Cronograma da Avaliação
A data das avaliações em formato de prova será definida em conjunto com os alunos de acordo com o decorrer do conteúdo e disponibilidade de data, porém dentro do curso bimestral. Previsão 20/12/23 e 28/02/24. Os 2 pontos de avaliação na forma de trabalhos ocorrerão no curso das atividades em aula na realização de trabalhos/ exercícios. A data da Recuperação/ Exame Final é previsto para o dia 06/03/24. Será realizada durante a disciplina uma aula de campo equivalente a 8 horas/aula.

V. Bibliografia

Básica

SILVA, Reinaldo. Teorias da Administração. São Paulo: Pioneira, 2008.
MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à administração: edição compacta. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
KWASNICKA, Eunice Lacava. Introdução a administração. 6. ed. Sao Paulo: Atlas, 2014.
COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Tradução: Sabrina Cairo. 15. ed.São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

Complementar

PINTO, F. R T.; LEMOS, P. M. Gestão estratégica de empresas. São Paulo: Editora FGV, 2015.
PORTO, G. S. et al. Gestão da Inovação e Empreendedorismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
SOBRAL, F. PECI, A. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. 2. Edição. São Paulo: Pearson, 2013.
TORRES, C. A bíblia do Marketing Digital. 2. Ed. São Paulo: Editora Novatec, 2018.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/I
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 315
Data: 18/10/2023