



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2024
Tp. Período	Anual
Curso	ADMINISTRACAO PUBLICA - EAD (12010)
Modalidade	A distancia
Disciplina	1200582 - MARKETING E SOCIEDADE
Turma	ED-PR-RES

Carga Horária: 30

C. Horár. EAD: 0

PLANO DE ENSINO

EMENTA

I. Objetivos

- Habilitar os alunos para compreensão dos conceitos centrais e o impacto do marketing nas organizações e na sociedade.
- Capacitar os alunos em técnicas de planejamento, organização, controle e execução da função marketing no contexto da administração pública.

II. Programa

- Autoestudo I: Estudo dos conceitos de Marketing
- O marketing e o marketing social
 - O papel e o impacto do marketing nas organizações e sociedade
- Autoestudo II: Marketing no contexto da administração pública
- Marketing e as instituições públicas
 - O uso de ferramentas de comunicação no setor público
 - O marketing de relacionamento na governança pública municipal e regional

III. Metodologia de Ensino

Encontros online síncronos. Vídeos gravados. Uso de materiais para aprofundamento facilitados por um processo de ensino e aprendizagem dialógico, que possibilite a interação aluno/interface e aluno/conteúdo.

Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

I. Conteúdos que serão abordados a distância

Filosofia, papel e impacto do marketing nas organizações e na sociedade. Estudo e tendências da comunidade local e regional para definição do interesse público. Estudos e definições sobre a prestação e utilização dos serviços públicos. Compatibilidade dos interesses do cidadão com os da administração pública. Organização do marketing social. O sistema de formação e do planejamento do marketing social. O marketing de relacionamento na governança pública municipal e regional. O município e região na visão do marketing social.

II. Metodologia de trabalho

Cursos na modalidade a distância, são ministrados através da plataforma moodle, com vídeo aulas, material de apoio, rodas de conversas e webconferências

III. Tecnologias utilizadas

Todas as tecnologias disponibilizadas pelo AVA Moodle e também, uso do meet para reuniões on line e gravação de vídeos no canal do youtube

IV. Cronograma de tutoria presencial

A tutoria presencial seguirá os cronogramas dos tutores aprovados pelo NEAD- Unicentro, com a supervisão dos coordenadores de polo, quando se tratar de tutores presenciais e do coordenador do curso, no caso de tutores a distância

V. Critérios de avaliação

A avaliação será realizada por meio de atividades avaliativas baseadas na aprendizagem colaborativa e em pesquisa. Além disso, será realizada uma avaliação final.

VI. Cronogramas de avaliação

Seguirá o cronograma aprovado pela coordenação do curso, conforme cronograma aprovado pelo departamento de Administração, no início de cada ano letivo

IV. Formas de Avaliação

Participação nos fóruns, atividades de pesquisa valendo 40

da nota total. Questionário com 10 questões valendo os outros 60 da nota.

V. Bibliografia

Básica

DIAS; Sérgio Roberto et al. Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2011. Recurso eletrônico.

FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. Estratégia de marketing: Teoria e Casos. 3. ed. São Paulo: Cengage, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. 3. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. Recurso digital.

Complementar

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2014.

PINTO, Djalma. Marketing: política e sociedade. São Paulo: Companhia dos livros, 2010.

LARA, Rodrigo Diniz. Marketing de Relacionamento do Setor Público: um modelo de gestão da relação entre os cidadãos e a administração pública. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro do Pós-graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

SLOMSKI, Valmor. Governança Corporativa e Governança na Gestão Pública. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

SILVA, Edson Coutinho da Silva. Marketing Público: Uma plataforma de “trocas” no setor público. Revista Eletrônica da Administração (Online), v. 14, n. 1, ed. 26, p. 20-42, 2015. Disponível em:

<http://periodicos.unifacel.com.br/index.php/rea/article/download/748/809>. Acesso em: 26 set. 2020.

APROVAÇÃO

Inspetoria: Coordenação Administração Pública - EAD

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 02/2024

Data: 13/03/2024