



Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo

Campus de Goiabeiras

Curso: Gemologia

Departamento Responsável: Departamento de Gemologia

Data de Aprovação (Art. nº 91): 03/08/2022

DOCENTE PRINCIPAL : ANDRE ABREU DE ALMEIDA

Matrícula: 2462461

Qualificação / link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1506097009921180>

Disciplina: ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO DE MERCADO

Código: GEM10672

Período: 2022 / 2

Turma: 01

Pré-requisito:

Carga Horária Semestral: 60

Disciplina: GEM10464 - COMÉRCIO INTERNACIONAL DE GEMAS E JÓIAS

Distribuição da Carga Horária Semestral

Créditos: 3

Teórica

Exercício

Laboratório

45

15

0

Ementa:

Debater o tema estratégico e suas várias significações; sentido sociológico, gerencialista e processualista; entender o ambiente organizacional através de cenários e suas confirmações; saber diagnosticar as oportunidades e ameaças da organizações; entender tendências em tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados; desenvolver planos de ação para mercados; compor e utilizar ferramentas estratégicas marketing para atração no mercado nacional e internacional.

Objetivos Específicos:

Transmitir aos discentes os conhecimentos necessários sobre a estratégia vista por vários ângulos, de maneira que possam diagnosticar oportunidades e ameaças às organizações, conhecer as modernas tendências gerenciais aplicadas aos mercados nacional e internacional. Ganhar habilidades para formular, implementar, liderar, comunicar e medir planos e projetos de ação. Aprender a utilizar novas tecnologias e inovação para ampliar as competências das organizações.

Conteúdo Programático:

1. Definir Estratégia sob vários ângulos. Oceano Azul e Job to be done.
2. O ambiente organizacional e a construção de cenários.
3. Diferenciação e posicionamento de produtos e serviços no mercado.
4. Principais ferramentas estratégicas.
5. Tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados e desenvolver planos de ação.
6. Estudos sobre internacionalização de empresas.
7. Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa.
8. Estratégias de marcas, embalagens e serviços.
9. Estratégia de preços e teoria de valor.

Metodologia:

As aulas serão presenciais semanais conforme as normas da Universidade. Serão disponibilizados conteúdos no google classroom. Leitura, análise e debate de artigos, casos, reportagens, vídeos e podcasts. Serão utilizadas ferramentas como Moodle, Google Classroom, Google Drive, etc. para suporte ao Ensino.

Critérios / Processo de avaliação da Aprendizagem :

1. A Avaliação: Uma avaliação escrita individual abrangendo o conteúdo.
2. Apresentação de trabalho em grupo
3. Participação na disciplina: Mensurada através da entrega das atividades e participação nas aulas.
4. Critérios de Avaliação

Atividades e respectivos pesos para avaliação do desempenho dos alunos:

Avaliação escrita - 50%

Participação na disciplina 25%

Apresentação de trabalho - 25%

A nota final do aluno será obtida através da soma das notas auferidas durante o período. As leituras dirigidas, quando acompanhadas da entrega de fichamentos, resumos ou resenhas, bem como os debates organizados em sala de aula, a critério do professor, poderão fazer parte da composição das notas.

Os alunos que obtiverem média parcial inferior a 7,0 terão o direito a realizar uma prova final, devendo alcançar média final igual ou superior a 5,0 para aprovação.

Bibliografia básica:

KOTADE, Massaki. Administração de Marketing Global. São Paulo. Atlas. 2000 PORTER, Michael. Competição. DA ROCHA, Ângela. As Novas Fronteiras, a Multinacionalização das Empresas Brasileiras. Rio de Janeiro. Editora Mauad. 2003. RAIMAR, Richers. Marketing – uma visão brasileira. São Paulo. Negócio editora. 2000 MINTZBERG, Henri. Safári de Estratégia. Porto alegre: Bookmam. 2002

Bibliografia complementar:

TOALDO, Ana Maria M., ET AL. **Formação da Estratégia de Marketing:Um Estudo Exploratório no Setor de Serviços**, 2010, Apresentado no XXXIV Encontro Anpad.

COSTA, Daniele de L.C.; TATTO, Luiz. **Prática e Teoria da estratégia: Um estudo a partir do modelo proposto por Mintzber, Ahlstrand e Lampel**. Caderno de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM), 2009. Artigos científicos indicados pelo professor da disciplina

Cronograma:

Aula	Data	Descrição	Exercícios	Observações
01	13/09/2022	Apresentação da disciplina. Análise das expectativas e introdução ao tema Estratégia	Disponibilizados na plataforma google classroom.	
02	20/09/2022	A Estratégia do Oceano Azul. Origem, fundamentos e casos sobre o tema.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
03	27/09/2022	Job to be done: Conceito, Definições, e caso.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
04	18/10/2022	disponibilizado na plataforma google classroom	Disponibilizado na plataforma google classroom.	Diferenciação e posicionamento de produtos e serviços no mercado.
05	25/10/2022	Principais ferramentas estratégicas.		
06	01/11/2022	Principais ferramentas estratégicas.		
07	08/11/2022	Tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados e desenvolver planos de ação.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
08	22/11/2022	Apresentação de trabalho: Plano de ação.		
09	29/11/2022	Estudos sobre internacionalização de empresas.		
10	06/12/2022	Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
11	13/12/2022	Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa - Continuação.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
12	20/12/2022	Marketing, valor e satisfação, composto de marketing e plano de marketing. Missão e Visão Corporativa - Continuação.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
13	24/01/2023	Estratégias de marcas, embalagens e serviços.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
14	31/01/2023	Estratégia de preços e teoria de valor.	Disponibilizado na plataforma google classroom.	
15	07/02/2023	Avaliação semestral escrita.		

Observação:

Não serão aplicadas provas de 2ª chamada, a não ser para os casos previstos no regulamento da UFES.