



PROGRAMA DA DISCIPLINA

CÓDIGO	DISCIPLINA	NATUREZA	SEMESTRE	ANO
EPO-044	Gestão Estratégica da Produção	Obrigatória	8º	2023

CARGA HORÁRIA					PRÉ-REQUISITO
TEÓRICA	PRÁTICA	ATIVIDADE DE EXTENSÃO	OUTRAS ATIVIDADES	CH TOTAL SEMESTRAL	-
53	-	07	-	60	

PROFESSOR RESPONSÁVEL

Dra. Lorena Alves Mattos Moreira

EMENTA

Principais conceitos de marketing. Política de desenvolvimento de produtos. Criatividade na empresa industrial. Relacionamento com usuário do produto. Marketing de desenvolvimento. Melhoria contínua do produto e do processo de fabricação. Avaliação econômica do projeto. Valores agregados ao produto.

OBJETIVO GERAL

Apresentar conceitos centrais da gestão de marketing, procurando levar os discentes a compreender como as estratégias mercadológicas podem ser decisivas para os projetos do sistema produtivo de uma organização.

METODOLOGIA

A metodologia adotada para atingir os objetivos gerais e específicos será:

- ✓ Aulas teóricas expositivas e análise do conteúdo com uso de material áudio visual;
- ✓ Estudo de caso, textos, leitura dirigida realizada individualmente e em grupo;
- ✓ Dinâmicas de grupo, visitas técnicas e análise de filmes temáticos. Em todas as atividades será privilegiada a participação dos alunos.
- ✓ **Prática 1:** Trabalho Interdisciplinar envolvendo as demais disciplinas do 10º semestre– 16 horas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. A conceituação do Sistema de marketing
2. As forças que influem no comportamento do consumidor
3. Análise do ambiente de marketing
4. O processo de decisão de compra
5. A segmentação de mercado com base no mercado consumidor
6. Pesquisa de mercado
7. Estratégia de desenvolvimento de novos produtos
8. Ciclo de vida do produto
9. Desenvolvimento de novas ofertas ao mercado
10. Distribuição e logística
11. Estratégia de preço
12. Composto promocional
13. Gestão estratégica de produção – um enfoque prático

AVALIAÇÃO

A avaliação será processual e contínua, e se dará a partir da observação e análise das atividades desenvolvidas na disciplina, baseada nas atividades:

1ª UNIDADE

Atividades	Nota máxima da atividade
Estudos de Caso	6,0
Avaliação Escrita	4,0
Total	10,0

2ª UNIDADE

Atividades	Nota máxima da atividade
Seminário	6,0
Avaliação escrita	4,0
Total	10,0

3ª UNIDADE

Atividades	Nota máxima da atividade
Atividade Prática (Trabalho interdisciplinar ou Plano de Marketing)	10,0
Total	10,0

REFERÊNCIA BÁSICA

ANTUNES, JUNICO et al. **Sistemas de produção**: conceitos e práticas para projeto e gestão da produção enxuta. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BARNEY, Joy B.; HESTERLY, Willian S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**: conceitos e casos. 3ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. ([Biblioteca Virtual](#)).

CONTADOR, José Celso (coord.). **Gestão de operações**: a engenharia de produção a serviço da modernização da empresa. 3ª Ed. São Paulo: Blucher, 2010.

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel F.; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégia de Marketing e posicionamento competitivo**. 4ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. ([Biblioteca Virtual](#)).

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: Análise, planejamento e controle. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

DINIZ, José Luiz Moreno. **Estratégias de Gestão e Organização empresarial**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. (Biblioteca Virtual).

FRAZIER, G.; GOITHER, N. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Ed. Pioneira Thomson Learning, 2002.

GRACIOSO, Francisco. **Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PAULO, Sertek. GUINDANI, Roberto Ari; MARTINS, Tomas Sparano. **Administração e Planejamento Estratégico**. Curitiba: Editora InterSaberes, 2012. (Biblioteca Virtual).

REBELATTO, Daisy Aparecida do Nascimento ... et al. **Marketing para cursos de engenharia**. 1ª Ed. RJ: Elsevier, 2014.

SLACK, Nigel ; CHAMBERS, Stuart ; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 2ª Ed. São Paulo : Atlas, 2002.

ZENONE, Luiz Cláudio; DIAS, Reinaldo. **Marketing Sustentável - valor social, econômico e mercadológico**. São Paulo: Atlas, 2015.

PERIÓDICOS ON- LINE/ LINKS

<http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark>

<http://www.cidademarketing.com.br/marketing/>

<https://www.banasqualidade.com.br/>

<http://revistamarketingevendas.com.br/>

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing: metodologia e planejamento**. Vol. 1. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SLACK, Nigel ; CHAMBERS, Stuart ; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 2ª Ed. São Paulo : Atlas, 2002.

Rua Marechal Deodoro, nº. 118 – Centro – CEP 48.005-020 - Telefone (75) 3182-3182 Telefax (75) 3182-3181. E-mail:
fsss@fsssacramento.br - site: www.fsssacramento.br - Alagoinhas – Bahia – Brasil