



Cronograma Módulos/Disciplinas da FCFRP/USP – AULAS NÃO PRESENCIAIS - 1º semestre de 2021

X Integral / ____ Noturno

NOME E CÓDIGO DA DISCIPLINA/MÓDULO:	GESTÃO 2 – CGF 2030		
	TIPOS DE ATIVIDADE DIDÁTICA E A RESPECTIVA CARGA HORÁRIA TOTAL DE CADA DOCENTE		
NOME E Nº USP DO DOCENTE	Teórica não presencial	Teórico-prática não presencial	Outra(s)**
PROFa Dra. VANIA PASSARINI TAKAHASHI	26 hora(s)	0 hora(s)	8 hora(s)
PROFa.DRa ELISSA RUSSO	0 horas	0 h	0 h

Data	Objetivo da Aula	Conteúdos	Turma	Professor Ministrante	Atividade Didática*	CH
20/04 8 -10h	Compreender o módulo Gestão II e a metodologia de avaliação Rever de modo lúdico alguns conteúdos discutidos anteriormente, sedimentar os conhecimentos. Entender a importância dos conceitos de cadeia de suprimentos e de logística e sua aplicação para a formação do farmacêutico.	Apresentação do cronograma, da metodologia de ensino e avaliação do módulo. Retomada dos conceitos de Gestão I Conceitos de cadeia de suprimentos e logística nas áreas farmacêuticas e cosméticas	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2 h



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS DE RIBEIRÃO PRETO
COMISSÃO DE GRADUAÇÃO



20/04 10-11h	Exercitar os com estudo de caso os conceitos de cadeia de suprimentos e logística		Atividades assíncronas: exercícios	Vania	Resolução de exercícios: estudo de caso em cadeia de suprimento e logística	1h
27/04 8-10h	Aprender como desenvolver uma Curva ABC. Compreender como desenvolver um planejamento, programação e controle de materiais (PCP) a partir de sistema de produção	Administração dos recursos materiais: armazenamento, distribuição física e gerenciamento de estoque, curva ABC Sistemas ERP/MRP/JIT	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2h
27/04 10-11h	Exercitar sua aplicação da Curva ABC e do PCP em estudo de caso.		Atividades assíncronas: exercícios	Vania	Resolução de exercícios	1h
04/05 8-11h	Compreender os conceitos de marketing e a aplicação do planejamento de marketing na atuação profissional Compreender, interpretar e analisar os fatores que afetam o comportamento do consumidor e dos mercados organizacionais Orientações para a elaboração do projeto de uma linha de produtos ou serviços fictícios	Conceitos de marketing e de planejamento de marketing e suas aplicações Análise de Mercado Consumidor e dos Mercados Organizacionais	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2h



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS DE RIBEIRÃO PRETO
COMISSÃO DE GRADUAÇÃO



11/05 8 – 10h	Aprender o processo de pesquisa de marketing, as técnicas e procedimentos. Treinar as técnicas desenvolvendo uma pesquisa para avaliar o comportamento do mercado consumidor e do mercado organizacional	Pesquisa de Marketing Análise de Mercado Consumidor e dos Mercados Organizacional	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2h
11/05 10-11h	Exercitar desenvolvendo um instrumento para a coleta e análise de dados de uma pesquisa de marketing para identificar o comportamento do consumidor de produtos/ serviços do projeto		Atividades assíncronas: exercícios	Vania	Desenvolvimento do projeto	1h
18/05 8-10h	Discutir como identificar segmento de mercado e como selecionar o mercado alvo. Discutir e desenvolver uma marca e como posicionar a marca de uma organização e de um produto ou serviço	Identificação de segmento de mercado e seleção de mercado alvo Construção e posicionamento de marca	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2h
18/05 10-11h	Exercitar na confecção de um projeto de uma linha produto ou serviços fictícios		Atividades Assíncronas	Vania	Desenvolvimento do Projeto	1h



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS DE RIBEIRÃO PRETO
COMISSÃO DE GRADUAÇÃO



25/05 8-10h	Fazer discussão sobre as estratégias de produto e de determinação de preço a partir de exercícios e da aplicação no projeto de uma linha de produto ou serviço fictício	Estratégia de Produto Estratégia de determinação de preço	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2h
25/05 10-11h	Exercitar na confecção de um projeto de uma linha de produto ou serviços fictícios		Atividades Assíncronas	Vania	Desenvolvimento do Projeto	1h
01/06 8-10h	Discutir os diferentes tipos de comunicação de marketing e canais de distribuição e entender como devem ser aplicados na área farmacêutica e cosmética.	Comunicação de marketing (propaganda e promoção) Canais de distribuição	Turma inteira	Vania	Atividade teórica expositiva dialogada síncrona (Google Meet)	2h
01/06 10-11h	Exercitar com exercícios		Atividades Assíncronas	Vania	Exercícios	1h
08/06 8-11h	Desenvolver o projeto	Atividade Avaliativa dos Projetos	Turma inteira	Vania	Atividade dialogada síncrona (Google Meet)	2h
15/06 8-10h	Desenvolver projeto	Exercitar os conceitos no projeto	Turma inteira	Vania	Atividade dialogada síncrona (Google Meet)	2h
22/06	Apresentação dos projetos em marketing desenvolvidos em grupos	Atividade Avaliativa dos Projetos	Turma inteira	Vania	Atividade Oral dos Grupos: Apresentação dos Projetos	3h



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS DE RIBEIRÃO PRETO
COMISSÃO DE GRADUAÇÃO



29/06	Apresentação dos projetos em marketing desenvolvidos em grupos	Atividade Avaliativa dos Projetos	Turma inteira	Vania	Atividade Oral dos Grupos: Apresentação dos Projetos	3h
06/07	Revisar os conteúdos programáticos apresentados	Atividade de Revisão dos conteúdos	Atividades Assíncronas	Vania	Dúvidas	2h
13/07 8- 11h	Avaliar os conhecimentos apreendidos individualmente	Atividade Avaliativa Individual	Turma inteira	Vania	Atividade escrita individual	3h

*Tipos de Atividades Disponível no Anexo I da Deliberação CG nº 23/2017.

Ribeirão Preto, 21 de maio de 2021.

(nome e assinatura professor/coordenador)