



Cronograma das Atividades Didáticas FCFRP/USP 1º semestre de 2023

Integral

Nome da Disciplina ou Módulo: Gestão II
Código da Disciplina ou Módulo: CGF2030

CARGA HORÁRIA TOTAL DE CADA PROFESSOR:

ELISA MARIA DE SOUSA RUSSO	Carga horária no semestre: 60 h + 6 horas de preparação e correção	Teórica Turma A (30 horas) Teórica Turma B (30 horas)
VANIA PASSARINI TAKAHASHI	Carga horária no semestre: 60 h + 20 horas de preparação e correção	Teórica Turma A (30 horas) Teórica Turma B (30 horas)

Data	Objetivo da Aula	Conteúdos	Turma	Professor Ministrante	Atividade Didática*	CH
21/03	Compreender o módulo Gestão II, a metodologia e avaliação. Conhecer os conceitos de cadeia de suprimentos, logística e logística reversa e compreender o impacto da sua aplicação para a formação do farmacêutico	Apresentação do cronograma, da metodologia de ensino e avaliação do módulo. Conceitos de cadeia de suprimentos e logística nas áreas farmacêuticas e cosméticas	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada	4
28/03	Aprender a elaborar e interpretar as curvas ABC e XYZ Apresentar o roteiro do projeto que será desenvolvido em grupo durante o módulo	Conceitos e aplicação das Curvas ABC e XYZ Roteiro do Projeto	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada Exercícios	4
11/04	Conhecer os sistemas de produção ERP/MRP e Lean Production (JIT) e modelos de Gestão de Estoque.	Sistemas de Produção ERP/MRP/JIT. Planejamento, programação e controle de materiais e gerenciamento de estoque.	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada	4



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



18/04	Apreender a elaborar e interpretar um planejamento, programação e controle de materiais a partir de estudo de caso/exercícios	Sistemas de Produção ERP/MRP/JIT. Planejamento, programação e controle de materiais e gerenciamento de estoque.	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Estudo de caso/ Exercícios	4
25/04	Avaliar os conhecimentos apreendidos individualmente	Atividade avaliativa individual	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Atividade escrita individual	4
02/05	Conhecer a definição e termos relacionados à Marketing. Entender o planejamento estratégico do Marketing	Conceitos de marketing e de planejamento estratégico do marketing	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada	4
09/05	Conhecer e compreender os diferentes fatores que compõem o comportamento do consumidor	Análise de Mercado Consumidor	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada	4
16/05	Conhecer e Compreender os diferentes fatores que compõem o comportamento do consumidor através de estudo de caso	Análise de Mercado Consumidor	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada Estudo de caso	4
23/05	Discutir como identificar segmento de mercado e como selecionar o mercado alvo. Discutir e desenvolver uma marca e como posicionar a marca através de estudo de caso	Identificação de segmento de mercado e seleção de mercado alvo Construção e posicionamento de marca	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada Estudo de caso	4



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



30/05	Apreender o processo de pesquisa de marketing, as técnicas e procedimentos através de estudo de caso	Pesquisa de Marketing	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada	4
06/06	Treinar as técnicas desenvolvendo uma pesquisa para avaliar o comportamento do consumidor do mercado alvo através da elaboração de um instrumento para coleta e análise de dados e interpretação dos resultados. Exercitar no projeto.	Pesquisa de Marketing, Comportamento do Consumidor e Mercado alvo	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Atividade em grupo Projeto	4
13/06	Discutir as estratégias de produto e de determinação de preço e entender como devem ser aplicados na área farmacêutica e cosmética	Estratégia de Produto Estratégia de determinação de preço	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada	4
20/06	Discutir os diferentes tipos de comunicação de marketing e canais de distribuição e entender como devem ser aplicados na área farmacêutica e cosmética. Exercitar no projeto	Comunicação de marketing (propaganda e promoção) / canais de distribuição	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Aula teórica expositiva dialogada Atividade em grupo Projeto	4



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



27/06	Exercitar no projeto o posicionamento de marca e as estratégias de produto, preço, comunicação e canais de marketing.	Posicionamento de marca Estratégia de Produto Estratégia de determinação de preço Estratégia de Comunicação Canais de distribuição	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Atividade Projeto	4
04/07	Apresentar os projetos	Atividade Avaliativa dos Projetos	Turma A (8 as 10h) Turma B (10 as 12h)	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Atividade Oral: Apresentação dos Projetos	4

*Tipos de Atividades Disponível no Anexo I da Deliberação CG nº

Ribeirão Preto, 01 de março de 2023.

Elisa Maria de Sousa Russo

Vânia Passarini Takahashi