Cronograma das Atividades Didáticas FCFRP/USP 1º semestre de 2024

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	32 h + 0 horas de preparação e correção	Teórica
VANIA PASSARINI TAKAHASHI	32 h + 10 horas de preparação e correção	Teórica

Data	Objetivo da Aula	Conteúdos	Turma	Professor Ministrante	Atividade Didática*	CH
30/04 (8h – 12h)	Compreender o módulo Gestão II e a metodologia de avaliação e roteiro do projeto de marketing. Rever de modo lúdico alguns conteúdos discutidos anteriormente, sedimentar os conhecimentos. Conhecer a definição e termos relacionados ao **MARKETING** Entender o planejamento estratégico do Marketing Conhecer e compreender os diferentes fatores que compõem o comportamento do consumidor.	Apresentação do cronograma, da metodologia de ensino, avaliação do módulo e do roteiro do projeto de marketing fictício. Retomada dos conceitos de Gestão 1 Conceitos de marketing e planejamento estratégico do marketing Análise do Mercado Consumidor	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividades (NÃO vale nota)	4

07/05 (8h – 12h)	Conhecer e compreender os diferentes fatores que compõem o comportamento do consumidor. Discutir como identificar segmento de mercado e como selecionar o mercado alvo Discutir como desenvolver uma marca e como posicionar a marca de uma organização e de um produto ou serviço	Análise do Mercado Consumidor Identificação de segmento de mercado e seleção de mercado alvo Construção e posicionamento de marca	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividades (NÃO vale nota) Autorregulação	
14/05 (8h – 12h)	Apreender o processo de pesquisa de marketing, as técnicas e procedimentos. Treinar as técnicas desenvolvendo uma pesquisa para avaliar o comportamento do mercado consumidor/ segmento de mercado/ segmento alvo Exercitar os procedimentos e instrumentos para a coleta de dados e análise dos dados. Praticar a autorregulação – (correção dos exercícios por eles mesmos)	Pesquisa de Marketing Análise de Mercado Consumidor/ Segmento de Mercado e Mercado Alvo/ Construção de marca	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividade (NÃO vale nota) Autorregulação	4
21/05 (8h – 12h)	Discutir as estratégias de produto e de determinação de preço e entender como devem ser aplicados na área farmacêutica e cosmética Discutir os diferentes tipos de comunicação de marketing e canais de distribuição e entender como devem ser aplicados na área farmacêutica e cosmética	Estratégia de Produto Estratégia de determinação de preço Comunicação de marketing (propaganda e promoção) / canais de distribuição	única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividade (NÃO vale nota) Autorregulação	4

28/05 (8h – 12h)	Treinar a aplicação dos conceitos, técnicas e estratégias no desenvolvimento do projeto de marketing fictício.	Comportamento do Consumidor/Seleção de mercado alvo/ posicionamento de marca/ estratégia de produto e de preço/estratégia de comunicação e canais de distribuição	única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	**Desenvolvimento do Projeto de Marketing** **ATIVIDADE VALE NOTA (entrega no final da aula – PDF no moodle)**	4
04/06 **(8h – 10h)**	**Avaliar os conhecimentos apreendidos individualmente**	**Atividade Avaliativa Individual**	**Única**	**Elisa Maria de Sousa Russo** **Vânia Passarini Takahashi**	**Atividade escrita individual e sem consulta (caneta preta ou azul)**	**2**
04/06 **(10h – 12h)**	Entender os conceitos da área de **PRODUÇÃO** e a importância dos conceitos de cadeia de suprimentos e de logística e sua aplicação para a formação do farmacêutico	Conceitos de cadeia de suprimentos e logística nas áreas farmacêuticas e cosméticas	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica	2
11/06	Aprender a elaborar e a interpretar as curvas ABC e XYZ Conhecer os sistemas de produção MRP/ Lean Production (JIT) e os modelos de Gestão de Estoque	Conceitos e Aplicação das Curvas ABC e XYZ Sistemas de Produção MRP/JIT Planejamento , programação e controle de materiais e gerenciamento de estoque	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividades (NÃO vale nota)	4

18/06	Compreender como desenvolver um planejamento, programação e controle de materiais a partir de sistema de produção e discutir sua aplicação em estudo de caso.	Administração dos recursos materiais: armazenamento, distribuição física e gerenciamento de estoque, curva ABC / XYZ Sistema /MRP /Lean Production (JIT)	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividades (NÃO vale nota)	4
25/06 (8h – 10h)	**Avaliar os conhecimentos apreendidos individualmente**	**Atividade Avaliativa Individual**	**Única**	**Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi**	**Atividade escrita individual e sem consulta (caneta preta ou azul)**	**2**
25/06 (10h – 12h)	**Apresentar os projetos de marketing fictícios desenvolvidos em grupos**	**Atividade Avaliativa dos Projetos**	**Única**	**Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi**	**Atividade Oral: Apresentação dos Projetos de Marketing (VALE NOTA) (5 min/grupo)**	**2**

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

Ribeirão Preto, 26 de março de 2024.

Elisa Maria de Sousa Russo *Vânia Passarini Takahashi*

Critérios de Avaliação:

- Entrega do Texto do Projeto Marketing (formato PDF – moodle no dia 28/05) ..... = 20 %
- Apresentação do projeto Marketing (5 min/grupo – dia 25/06) ..... = 10 %
- PROVA INDIVIDUAL MARKETING (sem consulta e respondida com caneta preta ou azul) ..... = 30 %
- PROVA INDIVIDUAL PRODUÇÃO (sem consulta e respondida com caneta preta ou azul) ..... = 40 %

- Projeto de Marketing será realizado em grupo (composição de 4 a 6 membros no máximo).
- Todos os membros do grupo deverão estar presentes no dia 28/05 (8h – 12h) para desenvolvere elaborar o texto do projeto de marketing. A ausência (falta) implicará em NOTA ZERO (0,0), referente ao critério de avaliação: entrega do texto do projeto Marketing
- Todos os membros do grupo deverão estar presentes no dia 25/06 (10h -12h) para apresentação do projeto de marketing. A ausência (falta) implicará em NOTA ZERO (0,0), referente ao critério de avaliação: apresentação do projeto Marketing

- **IMPORTANTE: A NOTA DE CADA PROVA DEVERÁ SER NO MÍNIMO NOTA TRÊS (3,0). CASO A NOTA DA PROVA SEJA MENOR QUE TRÊS (3,0), O ALUNO TERÁ QUE FAZER A PROVA DE RECUPERAÇÃO (INDIVIDUAL E SEM CONSULTA) DO ASSUNTO. A DATA DA PROVA DE RECUPERAÇÃO ACONTECERÁ CONFORME CRONOGRAMA ESTABELECIDO PELA FCFRP/USP.**
- O discente com frequência inferior a 70% estará automaticamente reprovado, conforme estabelecido pelo regimento da USP, mesmo com média igual ou maior que 5,0 (cinco). É de total responsabilidade do discente o controle das faltas.

OBS: AS FALTAS NÃO SERÃO ABONADAS, CONFORME ESTABELECIDO PELO REGIMENTO DA USP.