



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



Cronograma das Atividades Didáticas FCFRP/USP 1º semestre de 2026

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	30 h + 0 horas de preparação e correção	Teórica
VANIA PASSARINI TAKAHASHI (coordenadora)	30 h + 10 horas de preparação e correção	Teórica

Data	Objetivo da Aula	Conteúdos	Turma	Professor Ministrante	Atividade Didática*	CH
24/02	SEMANA DOS CALOUROS – NÃO HAVERÁ AULA					
03/03 (8h – 12h) (1)	Compreender o módulo Gestão II e a metodologia de avaliação. 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. Conceitos de marketing e planejamento estratégico do marketing Análise do Mercado Consumidor	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividades (NÃO valem nota)	4



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



10/03 (8h – 12h) (2)	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 em dupla ou trio (VALE NOTA)	
17/03 (8h – 12h) (3)	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 Atividades em dupla ou trio (VALE NOTA)	4
24/03 (8h – 12h) (4)	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 Atividades em dupla ou trio (VALE NOTA)	4
31/03	NÃO HAVERÁ AULA - SEMANA SANTA					



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



07/04 (8h – 12h) (5)	Entender os conceitos da área de PRODUÇÃO. Discutir e aplicar os tópicos da cadeia de suprimentos e de logística reversa, e economia circular e sua integração com o marketing., no setor farmacêutico e /ou cosmético. ENTREGA DO ROTEIRO PARA DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE PROJETO	Área funcional Produção/ Cadeia de suprimentos/ logística reversa/ economia circular/ e a integração com marketing nas áreas farmacêuticas e/ou cosméticas	única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	ATIVIDADE PROJETO – realizada em dupla ou trio Atividade será desenvolvida em sala de aula. Entrega do texto escrito com caneta azul ou preta, no final da aula. O texto não poderá ser entregue em doc ou docx ou pdf. O texto ENTREGUE NÃO poderá ser impresso.	4
--	--	---	--------------	---	--	----------



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



14/04 (8 h – 12h) (6)	Conhecer os sistemas de produção MRP/ Lean Production (JIT) Aprender a elaborar e a interpretar as curvas ABC e XYZ Compreender como desenvolver um planejamento, programação e elaborar o controle de materiais a partir de sistema de produção e discutir sua aplicação através de exercícios	Sistemas de Produção MRP/JIT Administração dos recursos materiais: armazenamento, distribuição física e gerenciamento de estoque, aplicação das curvas ABC / XYZ	Única	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Teórica Atividades em dupla ou trio (VALE NOTA)	4
21/04	FERIADO _Tiradentes (não haverá aula)					
28/04 (8 h – 12h) (7)	Avaliar todos os conhecimentos apreendidos individualmente (tópicos ministrados nas aulas dos dias 03/03 até 14/04 – inclusive o conteúdo desenvolvido na atividade PROJETO)	Atividade: Avaliativa Individual	Turma A Turma B	Elisa Maria de Sousa Russo Vânia Passarini Takahashi	Atividade escrita individual e sem consulta (caneta preta ou azul) Respostas escritas à lápis não serão corrigidas.	4
05/05 (8)	Campanha 5 de maio – FCFRP/USP NÃO HAVERÁ AULA					

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

Ribeirão Preto, 12 fevereiro de 2026.



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



Elisa Maria de Sousa Russo

Vânia Passarini Takahashi

ATENDIMENTO AOS DISCENTES: (por favor, agendar por e-mail, identificando o módulo e o assunto)

DOCENTE: PROFA. Dra. VANIA PASSARINI TAKAHASHI (vyptakahs@usp.br) Bloco S - sala 24 - 1º andar

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

- ENTREGA EM SALA DE AULA DE 3 (TRÊS) ATIVIDADES REALIZADAS EM DUPLA OU TRIO = 10 %
- ENTREGA DA ATIVIDADE PROJETO (REALIZADA EM DUPLA OU TRIO) NO FINAL DA AULA (07/04) = 20 %
(TEXTO ESCRITO com caneta preta ou azul)
- PROVA INDIVIDUAL (MARKETING e PRODUÇÃO) = 70 %
(Prova Individual será sem consulta e respondida com caneta preta ou azul)

• IMPORTANTE: A DATA DA PROVA DE RECUPERAÇÃO ACONTECERÁ CONFORME CRONOGRAMA ESTABELECIDO PELA FCFRP/USP (DIA: 14 DE JULHO 2026)



- 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.

OBJETIVO GERAL DO MÓDULO GESTÃO 2:

- Discutir e problematizar os conhecimentos e conceitos fundamentais da gestão de marketing e sua aplicação nas áreas farmacêutica e afins.
- Discutir e problematizar os conhecimentos e conceitos fundamentais de cadeia de suprimentos e logística, sistemas de produção e gestão de controle de estoque e sua aplicação nas áreas farmacêuticas, cosméticas e afins.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1) Conceitos de Marketing do tradicional ao digital e suas aplicações na área farmacêutica e afins
- 2) Planejamento Estratégico do Marketing
- 3) Análise de mercado do consumidor (comportamento do consumidor)
- 4) Identificação de segmento de mercado e seleção de mercado alvo
- 5) Pesquisa de marketing
- 6) Construção e posicionamento de marca (brand equity)
- 7) Estratégia de produto
- 8) Estratégia de determinação de preço
- 9) Comunicação de marketing (propaganda e promoção)
- 10) Cadeia de suprimentos e logística reversa e economia circular / Canais de distribuição
- 11) Administração dos recursos materiais: armazenamento, distribuição física e gerenciamento de estoque
- 12) Curva ABC e XYZ e os Sistema Produtivos



MÉTODO: Aulas expositivas dialogadas, atividades (exercícios, estudo de casos), atividade projeto

BIBLIOGRAFIA:

- 1) KOTLER, Philip.; KELLER, Kevin. L. Administração de Marketing. Ed. Pearson. 2012.
- 2) URDAN, André. T.; URDAN, Flávio. T. Marketing Estratégico no Brasil: Teorias e Aplicações. Atlas, 2010.
- 3) ITALIANI, Fernando. Marketing Farmacêutico. Qualitymark. 2012.
- 4) GARCILLÁN, Mencia de. Marketing para cosméticos: uma abordagem internacional. Ed.Thomson, 2008.
- 5) CONRADO, Adolpho. Marketing Digital: o guia estratégico de marketing digital. Ed. Novatec, 2011.
- 6) MICELI, André, L.; SALVADOR, Daniel, O. Planejamento de marketing digital. Ed. Brasport, 2017.
- 7) KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0 do tradicional ao digital. Ed Sextante, 2017.
- 8) MARTINS, Patrônio, G; LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. Ed Saraiva, 2015.
- 9) SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção, Atlas, 2018.
- 10) BOWERSOX, Donald; CLOSS, J. David; COOPER J. Bixby; BOWERSOX, John C. Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos. Bookman, 2014.
- 11) CARVALHO JUNIOR, Saulo de; MACEDO, Sonja H. Madeira. Logística Farmacêutica Geral: da teoria à prática. Ed.Contento, 2012.
- 12) BERTAGLIA, Paulo R. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento, Saraiva, 2015.
- 13) Material adicionado no Moodle