

Aprovação do curso e Autorização da oferta

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO – FIC de Planejamento de Marketing

Parte 1 (solicitante)

DADOS DO CAMPUS PROPONENTE

1 Campus:

Campus Caçador

2 Endereço/CNPJ/Telefone do campus:

Endereço: Avenida Fadho Thomé, 3000

CNPJ: 81 531 428 0001-62

Telefone: (49) 3561-5700

3 Complemento:

4 Departamento:

DEPE

5 Há parceria com outra Instituição?

Não.

6 Razão social:

7 Esfera administrativa:

8 Estado / Município:

9 Endereço / Telefone / Site:

10 Responsável:

DADOS DO RESPONSÁVEL PELO PROJETO DO CURSO

11 Nome do responsável pelo projeto:

Prof. Pierry Teza

12 Contatos:

Telefone:

(49) 3561-5700

Celular:

(48) 8414-8016

E-mail:

pierry.teza@ifsc.edu.br

Parte 2 (aprovação do curso)

DADOS DO CURSO

13 Nome do curso:

Formação Inicial e Continuada de Custos Operacionais e de Produtos

14 Eixo tecnológico:

Gestão e Negócios

15 Forma de oferta:

Continuada.

16 Modalidade:

Presencial

17 Carga horária total:

36 horas

PERFIL DO CURSO

18 Justificativa do curso:

O município de Caçador é um referencial da Guerra do Contestado. Nasceu após a Guerra, impulsionada pela construção da estrada-de-ferro que liga São Paulo ao Rio Grande do Sul pela chegada dos imigrantes italianos. Mais tarde também vieram japoneses, árabes, alemães e poloneses. Hoje é a maior cidade do meio-oeste catarinense e um importante pólo cultural, econômico e político. Desenvolveu sua economia com base na extração e industrialização da madeira, bem como no reflorestamento.

A população de Caçador apresentou, no ano de 2010, crescimento de 11,75% desde o Censo Demográfico realizado em 2000. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), em 2010 a população da cidade alcançou 70.762 habitantes, o equivalente a 1,13% da

população do Estado. O comparativo dos dados dos Censos Demográficos do IBGE demonstrou que Caçador apresentou, entre 2000 e 2010, uma taxa média de crescimento populacional da ordem de 1,17% ao ano.

A estrutura etária de uma população, habitualmente, é dividida em três faixas: os jovens, que compreendem do nascimento até 19 anos; os adultos, dos 20 anos até 59 anos; e os idosos, dos 60 anos em diante. Segundo esta organização, no município, em 2010, os jovens representavam 34,5% da população, os adultos 56,0% e os idosos 9,5%.

Segundo dados do IBGE e da Secretaria de Estado do Planejamento de Santa Catarina, em 2009 o PIB catarinense atingiu o montante de R\$ 129,8 bilhões, assegurando ao Estado a manutenção da 8ª posição relativa no ranking nacional. No mesmo ano, Caçador aparece na 19ª posição do ranking estadual, respondendo por 1,01% da composição do PIB catarinense. No comparativo da evolução do PIB ao longo do período de 2002 a 2009, o município apresentou um crescimento acumulado de 102,40%, contra um aumento estadual de 132,91%, conforme apresenta o gráfico a seguir.

Em Caçador, tomando-se como referência dezembro de 2011, existiam 4.317 empresas formais, as quais geraram 22.414 postos de trabalho com carteira assinada. No período de 2008 a 2011, a taxa absoluta de criação de empresas no município foi de 5,29% e a de empregos, 9,58%.

No que se refere ao recorte setorial em 2011, o setor terciário (comércio) era o mais representativo em número de empresas, mas o setor secundário (indústria) gerou mais empregos.

O critério de classificação do porte empresarial segue a metodologia adotada pelo sistema SEBRAE objetivando que os dados de Santa Catarina possam ser comparados com as demais unidades da federação. O município de Caçador, no ano de 2011, alcançou a marca de 3.456 empresas formais e os empregos gerados chegaram a 17.584. As micro e pequenas empresas foram responsáveis por 98,9% do número de empresas no município e 45,1% dos empregos formais.

Dado o contexto apresentado verifica-se a importância econômica das micro e pequenas empresas no município. Essa situação também é verificada tanto no estado quanto no país. Embora tenham importância na economia, as micro e pequenas empresas possuem algumas barreiras para seu desenvolvimento. Uma delas refere-se a deficiência de conhecimento em gestão, inclusive por parte de seus gestores.

O Curso FIC de Planejamento de Marketing tem por objetivo suprir parte da carência de conhecimento de gestão enfrentado pelas micro e pequenas empresas. Sua proposta está baseada em consultas a entidades empresariais como a Associação Empresarial de Caçador (ACIC). Voltado para gestores e empreendedores de empresas desse porte, o curso também pode ser útil para profissionais dos mais diversos segmentos.

Do ponto de vista do câmpus, o curso está inserido em um dos eixos tecnológicos de atuação desse: gestão e negócios. Nesse eixo, o câmpus já oferta o Curso Técnico em Administração. Além disso, o curso possibilitará o estreitamento da relação entre o câmpus e o setor produtivo, possibilitando entre outros benefícios, a melhor identificação de demandas locais e aumento

Referência:

SEBRAE. **Caçador em Números: Caçador**. SEBRAE, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, 2013.

19 Objetivos do curso:

Objetivo geral:

Propiciar o acesso à educação continuada a profissionais possibilitando uma qualificação e/ou formação profissional que permita contribuir para reflexões críticas a respeito do planejamento de marketing, contribuindo, deste modo, para qualificação das atividades do setor produtivo na região de Caçador, principalmente de micro e pequenas empresas.

Objetivos específicos:

- a) Desenvolver nos alunos a capacidade desenvolver, implementar e acompanhar estratégias e ações de marketing;
- b) Contribuir para a melhoria da efetividade do setor produtivo local, principalmente das micro e pequenas empresas;
- c) Aumentar os vínculos do IFSC com o setor produtivo.

PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

20 Competências gerais:

1. Desenvolver nos alunos a capacidade desenvolver, implementar e acompanhar estratégias e ações de marketing;
2. Contribuir para a melhoria da efetividade do setor produtivo local, principalmente das micro e pequenas empresas;
3. Aumentar os vínculos do IFSC com o setor produtivo.

21 Áreas de atuação do egresso:

O egressos estarão aptos a desenvolver, implementar e acompanhar estratégias e ações junto à organizações de diferentes tipos e tamanhos.

ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

22 Matriz curricular:

Planejamento de Marketing – 36 H

23 Componentes curriculares:

Planejamento de Marketing – 36 H

Ementa:

Introdução ao marketing; Estratégias de marketing; Introdução ao planos de marketing; Identificação de oportunidades; Marketing estratégico; marketing tático; Ação e controle de marketing.

Metodologia de Avaliação:

Avaliação individual escrita; Trabalhos em grupo e individuais; Assiduidade e comprometimento.

Competências:

Todas

Bibliografia Básica:

HOOLEY, G.; PIERCY, N. F.; NICOULAUD, B. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
KERIN, R. A. **Marketing**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

Bibliografia Complementar:

LAS CASAS, A. L. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

URDAN, A. T.; URDAN, F. T. **Marketing estratégico no Brasil**: teoria e aplicações. São Paulo: Atlas, 2010.

AMBRÓSIO, V. **Plano de marketing**: um roteiro para ação. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

GREWAL, D.; LEVY, M. **Marketing**. 2. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

METODOLOGIA E AVALIAÇÃO

24 Avaliação do processo de ensino e aprendizagem:

O sistema de avaliação do processo de ensino aprendizagem no curso FIC de Planejamento de Marketing far-se-á de acordo com as normas estabelecidas no Regimento Didático Pedagógico (RDP) do IFSC.

25 Metodologia:

As aulas serão ministradas de maneira dialogada, contemplando conteúdos teórico-práticos, com foco direcionado à realização de exercícios práticos. Para facilitar o entendimento do conteúdo, os exercícios serão realizados em conjunto com o professor, atendendo às necessidades e demandas de cada aula em particular e de cada turma em sua especificidade. O conteúdo será abordado levando em conta a participação e as necessidades dos alunos, o que implica flexibilidade, uso de estratégias diversas e atenção individual.

ESTRUTURA NECESSÁRIA PARA FUNCIONAMENTO DO CURSO

26 Instalação e ambientes físicos / Equipamentos, utensílios e materiais necessários para o pleno funcionamento do curso:

As aulas serão oferecidas no câmpus do IFSC – Caçador. Para isso será necessário uma sala de aula com projetor multimídia, quadro branco e pincéis.

27 Corpo docente necessário para funcionamento do curso (área de atuação e carga horaria):

Área	Quantidade	Carga Horária
Administração	1	36 horas

Parte 3 (autorização da oferta)

28 Justificativa para oferta neste Campus:

O oferta desse curso no Câmpus Caçador justifica-se pela demanda existente e identificada junto a empresários do município. Para se ter uma ideia do potencial da região, em Caçador, tomando-se como referência dezembro de 2011, existiam 4.317 empresas formais, as quais geraram 22.414 postos de trabalho com carteira assinada. No período de 2008 a 2011, a taxa absoluta de criação de empresas no município foi de 5,29% e a de empregos, 9,58%. Já no que se refere ao recorte setorial em 2011, o setor terciário (comércio) era o mais representativo em número de empresas, mas o setor

secundário (indústria) gerou mais empregos.

Referência:

SEBRAE. **Caçador em Números: Caçador**. SEBRAE, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, 2013.

29 Itinerário formativo no contexto da oferta/campus:

O curso FIC de Planejamento de Marketing possibilita despertar o interesse dos alunos em ingressar no curso Técnico em Administração que possui oferta regular no campus Caçador.

30 Frequência da oferta:

Anual.

31 Periodicidade das aulas:

Duas vezes por semana.

32 Local das aulas:

As aulas acontecerão presencialmente no IFSC Câmpus Caçador em sala de aula com projetor multimídia, quadro branco e pincéis.

33 Turno de funcionamento, turmas e número de vagas:

Semestre Letivo	Turno	Turmas	Vagas	Total de Vagas
2015/02	Noturno	01	40	40

34 Público-alvo na cidade/região:

Empreendedores, micro e pequenos empresários, bem como outros profissionais do município de Caçador.

35 Pré-requisito de acesso ao curso:

Idade igual ou superior a 18 anos e Ensino Médio completo.

36 Forma de ingresso:

O ingresso ao curso FIC de Planejamento de Marketing far-se-á por manifestação presencial de interesse, por ordem de chegada, com demais disposições segundo edital, publicado pelo órgão do sistema IFSC responsável pelo processo de ingresso.

O número de vagas para o processo de ingresso no Curso FIC de Planejamento de Marketing será de 40 (quarenta) por ano, sendo uma entrada anual, podendo esta quantidade ser redefinida a cada período letivo, desde que haja aprovação pelo órgão competente do IFSC.

37 Caso a opção escolhida seja análise socioeconômico, deseja acrescentar alguma questão específica ao questionário de análise socioeconômico?

Não se aplica.

38 Corpo docente que irá atuar no curso:

Nome	Formação	Regime de trabalho	Titulação
Danielle Regina Ullrich	Administração	40 DE	Doutora

Marisa Santos Sanson	Administração	40 DE	Mestre
Pierry Teza	Administração	40 DE	Mestre