



Universidade Estadual de Maringá

Centro de Ciências Sociais Aplicadas

RESOLUÇÃO Nº 149/2014-CI/CSA

CERTIDÃO

Certifico que a presente resolução foi afixada em local de costume, neste Centro, no dia 29/10/2014.

Aprova alterações no Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Administração.

Samarina de Abreu Bonatto,
Secretária.

Considerando o contido no inciso XXIII do Art. 48 do Estatuto da Universidade Estadual de Maringá;

Considerando o Processo nº 1657/1991-PRO – volume 2;

Considerando o contido na Resolução nº 031/2009-CI/CSA;

Considerando o contido no Ofício nº 001/2014-ADM, que solicita alteração no Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Administração, no que tange a alteração da ementa e dos objetivos das disciplinas: Administração de Marketing I (código 5132), Administração de Marketing II (código 5135) e Administração de Marketing III (código 5138), a vigorar a partir do ano letivo de 2015;

Considerando o contido na Resolução nº 022/2012-CEP;

Considerando a decisão proferida pelo Departamento de Administração, em sua 621ª reunião, realizada em 05-6-2014;

Considerando a aprovação pelo Conselho Acadêmico do Curso de Graduação em Administração em sua 15ª Reunião, realizada em 18-9-2014;

Considerando decisão do Conselho Interdepartamental em sua 55ª reunião, nesta data.

O CONSELHO INTERDEPARTAMENTAL DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS APROVOU E EU, DIRETOR, SANCIONO A SEGUINTE RESOLUÇÃO:

Art. 1º Ficam aprovadas as alterações no Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Administração, a vigorar a partir do ano letivo de 2015, conforme segue:

I – alteração de ementa da disciplina **Administração de Marketing I** (código 5132):

Ementa: Análise do contexto de marketing, envolvendo: (i) conceito de marketing; (ii) histórico de marketing; (iii) marketing mix; (iv) papel do marketing nas organizações; (v) desafios e implicações da atividade de marketing para a sociedade; (vi) diferentes aplicações funcionais e setoriais de marketing; (vii) ambiente de marketing; (viii) segmentação e posicionamento de mercado; e (ix) potencial de mercado.



II – alteração de ementa da disciplina **Administração de Marketing II** (código 5135):

Ementa: Gestão estratégica de marketing, compreendendo: (i) comportamento do consumidor; (ii) organização estrutural para o marketing; (iii) organização da força de vendas; (iv) sistema de informação em marketing; (v) pesquisa qualitativa e quantitativa de mercado; (vi) controles e medidas de eficácia em marketing; e (vii) estratégias competitivas de marketing.

III (código 5138): III – alteração de ementa da disciplina **Administração de Marketing**

Ementa: Decisões e gestão do composto de marketing, abrangendo: (i) produto; (ii) novos produtos; (iii) gerência de produtos; (iv) serviços; (v) distribuição (praça); (vi) preço; (vii) comunicação (promoção); e (viii) plano de marketing.

Art. 2º Esta resolução entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

DÊ-SE CIÊNCIA.
CUMPRA-SE.

Maringá, 24 de outubro de 2014.

Nilmen Salles,
Diretor.