

PLANO DE ENSINO

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

DISCIPLINA: RELAÇÕES INTERPESSOAIS E MARKETING

Curso Técnico em Restaurante e Bar

Período: 2º Módulo

Carga Horária: 33h (40 aulas)

Docente Responsável pela elaboração: Mariangela Vasconcelos Ernesto Lopes
--

Docente Responsável pela Turma: Emanuel Guedes

EMENTA

Comportamento Organizacional. Aspectos de comportamento e personalidade. Comunicação interpessoal. Técnicas de comunicação. Liderança e Poder. Motivação. Gestão de Conflitos e mudanças. Fundamentos da Administração de Marketing: Importância, conceitos e elementos (mix de marketing). Análise de mercado e comportamento do consumidor. Marketing de serviços e segmentação de mercado.

OBJETIVOS

GERAL

Disponibilizar ferramentas para desenvolvimento de habilidades e competências necessárias para eficiente trabalho em equipe e marketing.
--

ESPECÍFICOS

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">-Conscientizar sobre a importância do comportamento humano no trabalho-Conhecer os fundamentos das relações humanas no trabalho e do marketing de serviços. |
|--|

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADES	DESCRIÇÃO	H/A
Unidade I	Comportamento Organizacional: conceito e definições. Traços de personalidade e estilos de comportamento Valores culturais e individuais Comunicação interpessoal Técnicas de comunicação.	10

Unidade II	Liderança e Poder. Motivação. Gestão de Conflitos e mudanças.	10
Unidade III	Fundamentos da Administração de Marketing: Importância, conceitos e elementos (mix de marketing).	10
Unidade IV	Análise de mercado e comportamento do consumidor. Marketing de serviços e segmentação de mercado. Pesquisa de mercado e sua importância para a tomada de decisão.	10

METODOLOGIA DE ENSINO

- Aulas expositivas;
- Dinâmica de grupo;
- Apresentação de seminários;
- Debates de textos.

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Avaliação contínua, considerando aspectos como: pontualidade, frequência; interesse e participação efetiva nas aulas; integração nas atividades individual e em grupo; avaliação oral e escrita; participação nos debates e seminários.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Periódicos/Livros/Revistas/Links/ Quadro/ Vídeos.

BIBLIOGRAFIA

REFERÊNCIA/BIBLIOGRÁFICA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: Atlas. São Paulo, 2003

CHURCHILL JR, GILBERT A.; PETER, J. Paul. Marketing, Criando valor para os clientes. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip. Marketing, São Paulo: Atlas, 2002.

ROBBINS, Stephen. Comportamento Organizacional. 11ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2005.

REFERÊNCIA/BIBLIOGRÁFICA COMPLEMENTAR

FRURY, M. T. M de. Comportamento Organizacional. São Paulo: Atlas, 2006

FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. L. Estratégias empresariais e formação de competências. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antonio Carlos. Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas, 2002

GOLEMAN, Daniel. Inteligência emocional. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007

ENDEREÇO ELETRÔNICO PARA PESQUISA

WWW.HBRBR.UOL.COM.BR/REVISTA/

WWW.ISTOEDINHEIRO.COM.BR

WWW.REVISTAPEGN.GLOBO.COM