



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

PLANO DE DISCIPLINA			
IDENTIFICAÇÃO			
CAMPUS: JOÃO PESSOA			
CURSO: BACHARELADO EM ENGENHARIA CIVIL			
DISCIPLINA: MARKETING IMOBILIÁRIO		CÓDIGO DA DISCIPLINA: TEC 0348	
PRÉ-REQUISITO: ADMINISTRAÇÃO E EMPREENDEDORISMO			
UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [] Optativa [x] Eletiva []		SEMESTRE/ANO: 2026.1	
CARGA HORÁRIA			
TEÓRICA: 50h	PRÁTICA:	EaD¹:	EXTENSÃO:
CARGA HORÁRIA SEMANAL: 3 h			
CARGA HORÁRIA TOTAL: 50h			
DOCENTE RESPONSÁVEL: FELIPE FLAVIO BEZERRA ROCHA			

EMENTA

Conceito gerais. Fundamentos e estratégias do marketing. Caracterização do mercado imobiliário. Relação entre marketing e desenvolvimento do produto. Segmentação e identificação de clientes em empreendimentos da construção civil. O sistema de marketing e o ambiente de marketing. Funções do marketing. Relações empresascientes no mercado imobiliário. Gerenciamento dos requisitos dos clientes no desenvolvimento de empreendimentos imobiliários.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA/COMPONENTE CURRICULAR (Geral e Específicos)

Geral:

Compreender os fundamentos do marketing e a sua aplicação prática na indústria da construção civil.

Específicos:

- Conhecer conceitos do marketing.
- Saber caracterizar o mercado imobiliário com vistas a elaborar estratégias de negócios.
- Compreender o sistema e o ambiente de marketing.
- Ter noções sobre o gerenciamento dos requisitos dos clientes no desenvolvimento de empreendimentos imobiliários.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Marketing: fundamentos e estratégias

2. Caracterização do mercado imobiliário
3. Relação entre marketing e desenvolvimento do produto
4. Clientes da construção civil: identificação, características e segmentação no mercado.
5. Sistema de marketing
6. Ambiente de marketing
7. Funções do marketing
8. O mercado da construção civil: relações empresas-clientes
9. Noções sobre o gerenciamento dos requisitos dos clientes no desenvolvimento de empreendimentos imobiliários.

METODOLOGIA DE ENSINO

A apresentação do conteúdo dar-se-á mediante aulas teóricas, apoiadas em recursos audiovisuais e computacionais, bem como estabelecendo um ensino-aprendizagem significativo. Há aplicação de exercícios individuais e em grupo, bem como aplicação de lista de exercícios.

RECURSOS DIDÁTICOS

- ☒ [x] Quadro
- ☒ [x] Projetor
- ☐ [] Vídeos/DVDs
- ☐ [] Periódicos/Livros/Revistas/Links
- ☐ [] Equipamento de Som
- ☐ [] Laboratório
- ☐ [] Softwares²
- ☐ [] Outros³

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

(Especificar quantas avaliações e formas de avaliação – avaliação escrita objetivo, subjetiva, trabalho, seminário, artigo, etc. - para integralização da disciplina/componente curricular, incluindo a atividade de recuperação final.)

A avaliação dar-se-á através de atividades e provas individuais, realizadas ao longo do curso.

ATIVIDADE DE EXTENSÃO⁴

BIBLIOGRAFIA⁵

Bibliografia Básica:

CASAROTTO FILHO, N. **Projeto de negócio**. São Paulo: Atlas, 2002. HUTT, M. D.; SPETH, T. W. B2B: Gestão de marketing em mercados industriais e organizacionais. Porto Alegre: Bookman, 2002.

KOTTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Bibliografia Complementar:

ALBUQUERQUE, Paulo Marcelo; BARROS NETO, José de Paula **Estratégias de marketing para a construção civil: um estudo de caso em Fortaleza**. III Simpósio Brasileiro de Gestão e Economia da Construção - III SIBRAGEC - UFSCar, São Carlos, SP - 16 a 19 de setembro de 2003.

FORMOSO, C. T., INO, A. **Inovação, gestão da qualidade e produtividade e disseminação do conhecimento na construção habitacional**. Porto Alegre: Coletânea Habitare, Volume 2, 2003.

PALADINI, E. P. **Avaliação estratégica da qualidade**. São Paulo: Atlas, 2002.

OBSERVAÇÕES

(Acréscitar informais complementares ou explicativas caso o docente(s) considere importantes para a disciplina/componente curricular)

- 1 Para a oferta de disciplinas na modalidade à distância, integral ou parcial, desde que não ultrapassem os limites definidos em legislação.
- 2 Nesse item o professor deve especificar quais softwares serão trabalhados em sala de aula.
- 3 Nesse item o professor pode especificar outras formas de recursos utilizadas que não estejam citada.
- 4 Nesse item deve ser detalhado o PROJETO e/ou PROGRAMA DE EXTENSÃO que será executado na disciplina. Observando as orientações do Art. 10, Incisos I, II, III, IV, V, VI, VII e VIII, da Instrução Normativa que trata da construção do **Plano de Disciplina**.
- 5 Observar os mínimos de 3 (três) títulos para a bibliografia básica e 5 (cinco) para a bibliografia complementar.

Documento assinado eletronicamente por:

■ **Felipe Flavio Bezerra Rocha, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 23/02/2026 15:52:02.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 23/02/2026. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 838981
Verificador: 2004ada2e1
Código de Autenticação:



Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, JOÃO PESSOA / PB, CEP 58015-435
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3612-1200