

PLANO DE DISCIPLINA		
IDENTIFICAÇÃO		
CURSO: CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS		
DISCIPLINA: <b>ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO</b>	CÓDIGO DA DISCIPLINA: TEC. 0393	
PRÉ-REQUISITO: Não existe		
UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [X] Optativa [ ] Eletiva [ ]	SEMESTRE: 4	
CARGA HORÁRIA		
TEÓRICA: 30h	PRÁTICA: 37h	EaD <sup>1</sup> :
CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4h/a	CARGA HORÁRIA TOTAL: 67h	
DOCENTE RESPONSÁVEL: FELIPE FLÁVIO BEZERRA DA ROCHA		

### EMENTA

Fundamentos de Planejamento Estratégico. Estratégias de Promoção. Comércio Eletrônico. Telemarketing.

### OBJETIVOS

- Capacitar o aluno a compreender os fundamentos da gestão da informação e como essa funciona na gestão da empresa.
- Capacitar os alunos para desenvolver um trabalho de excelência no atendimento em centrais de telemarketing.
- Aperfeiçoar teoria e prática de conhecimentos ligados a técnicas promocionais de vendas.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### **I. Fundamentos de Planejamento Estratégico**

- 1.1 Abrangência, Níveis e Características de Planejamento
- 1.2 A estratégia – fundamentos, evolução, componentes e gestão estratégica
- 1.3 Formulação de

#### **estratégias. II. Estratégias de**

#### **Promoção**

- 2.1 Ferramentas
- 2.2 Promocionais Recursos promocionais
- 2.3 Planejamento promocional
- 2.4 Estudo de

caso

#### **III. Comércio**

#### **Eletrônico**

- 3.1 Marketing na Internet
- 3.2 Aspectos legais do comércio eletrônico
- 3.3 Aspectos de segurança da informação na internet: conceitos
- 3.4 Comércio Eletrônico: Mercados digitais,

#### **mercadorias digitais. IV. Telemarketing**

- 4.1 Relação entre o marketing e o telemarketing
- 4.2 O Processo de Comunicação no telemarketing

<sup>1</sup> Para a oferta de disciplinas na modalidade à distância, integral ou parcial, desde que não ultrapasse 20% (vinte por cento) da carga horária total do curso, observar o cumprimento da Portaria MEC nº 1.134, de 10 de outubro de 2016.

- 4.3 Construindo um departamento de telemarketing
- 4.4 Desenvolvendo o script no telemarketing
- 4.5 Ética no telemarketing

#### METODOLOGIA DE ENSINO

Aulas expositivas, Oficinas de trabalho, Seminários, Palestras, Entrevista com Gerentes de marketing, Visitas técnicas a empresas, Estudos de grupos.

#### RECURSOS DIDÁTICOS

- [X] Quadro
- [X] Projetor
- [X] Vídeos/DVDs
- [X] Periódicos/Livros/Revistas/Links
- [X] Equipamento de som

#### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

- A avaliação da aprendizagem fará uso de uma ou mais estratégias listadas abaixo: o Participação do aluno nas atividades dentro de sala de aula.
- Trabalhos individuais, escritos, quando necessário.
- Trabalhos em grupo, e sua apresentação em sala de aula (texto, multimídia, música, fotografia, teatro, etc.).
- Provas escritas.
- Itens adicionais: pontualidade, participação, interesse e assiduidade.

#### BIBLIOGRAFIA<sup>2</sup>

##### **Básica:**

ALBERNAZ, Bia. RATTO, Luiz. PELTIER, Maurício.  
**Telemarketing:** Comunicação, Funcionamento e mercado de trabalho. Edit. BUAIRIDE, Ana Maria Ramos;  
REZENDE, D.A. e ABREU, A.F. **Tecnologia de Informação aplicada a Sistemas de Informações Empresariais.** São Paulo: Atlas, 2000.  
ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing da Promoção e Merchandising.** São Paulo: Cengage Learning, 2005.

##### **Complementar:**

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de vendas: uma abordagem introdutória - transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas.** 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.  
LAS CASAS, Alexandre Luzzi - - **Técnicas de Vendas - 3ª Edição 2004 - Editora: Atlas - Edição: 3 / 2004**  
PESSOA, Marília (Ed.). **Telemarketing: comunicação, funcionamento, mercado de trabalho.** 2. ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2010.  
TRAVASSOS, ARI. **Compra e Vendas de Imóveis: dicas e segredos,** Rio de Janeiro: 1999 p.2012.  
TRAVASSOS, ARI. **Criando Competências corretagem imobiliárias: Teoria & Prática.** São Paulo: All Print, 2009.

#### OBSERVAÇÕES

<sup>2</sup> Observar os mínimos de 3 (três) títulos para a bibliografia básica e 5 (cinco) para a bibliografia complementar.