



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: CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS			
DISCIPLINA: Estratégias comerciais.		CÓDIGO DA DISCIPLINA: TEC. 0393	
PRÉ-REQUISITO:			
UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [x] Optativa [ ] Eletiva [ ]		SEMESTRE/ANO: 4º 2023.1	
CARGA HORÁRIA			
TEÓRICA: 30h/a	PRÁTICA: 37h/a	EaD¹:	EXTENSÃO:
CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4h/a			
CARGA HORÁRIA TOTAL: 67h/a			
DOCENTE RESPONSÁVEL: Felipe Flávio Bezerra Rocha			

EMENTA
--------

Fundamentos de Planejamento Estratégico.

Estratégias de Promoção.

Comércio Eletrônico.

Telemarketing.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA/COMPONENTE CURRICULAR (Geral e Específicos)
--

- 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 1 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

## METODOLOGIA DE ENSINO

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

## RECURSOS DIDÁTICOS

- Quadro
- Projetor
- Vídeos/DVDs
- Periódicos/Livros/Revistas/Links
- Equipamento de Som
- Laboratório
- Softwares<sup>2</sup>
- Outros<sup>3</sup>

## 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 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
  - Última Avaliação através de uma simulação de vendas

## ATIVIDADE DE EXTENSÃO<sup>4</sup>

## BIBLIOGRAFIA<sup>5</sup>

**Bibliografia Básica:** ALBERNAZ, Bia. RATO, 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.

**Bibliografia 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

*(Acrescentar 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 ítem o professor deve especificar quais softwares serão trabalhados em sala de aula.
- 3 Nesse ítem 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 14/02/2023 20:47:53.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 14/02/2023. 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 389611

Verificador: c0b831d081

Código de Autenticação:



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