



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

PLANO DE DISCIPLINA			
IDENTIFICAÇÃO			
CAMPUS: Cabedelo (PB)			
CURSO: Superior de Tecnologia em Design Gráfico			
DISCIPLINA: Marketing e Empreendedorismo	CÓDIGO DA DISCIPLINA: 101284		
PRÉ-REQUISITO:			
UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [X] Optativa [] Eletiva []	SEMESTRE/ANO: 2025.2		
CARGA HORÁRIA			
TEÓRICA: 40 h/a	PRÁTICA:	EaD ¹ :	EXTENSÃO:
CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4 h/a			
CARGA HORÁRIA TOTAL: 40 h/a			
DOCENTE RESPONSÁVEL: Ananelly Ramalho T. Meireles e Gustavo Olímpio Rodrigues			

EMENTA

Disciplina voltada ao estudo da relação do Marketing com o Design Gráfico, bem como para o desenvolvimento de habilidades que preparam o estudante para empreenderem.

MARKETING

- Fundamentos de Marketing: conceitos iniciais. Gestão de Marketing como ferramenta competitiva. Da revolução industrial ao tempo do Marketing.
- Plano de marketing estratégico e tático. Definição da missão e do negócio da Organização.
- Composto de Marketing: produto, preço, praça e promoção.
- Composto promocional de Marketing: propaganda, publicidade, venda pessoal, promoção de vendas, merchandising, relações públicas e eventos.
- Desenvolvimento de uma Estratégia de Posicionamento de Marketing: as ferramentas de diferenciação.

EMPREENDERISMO

- A Ciência da Administração e o Empreendedorismo.
- Cultura Empreendedora e Perfil Empreendedor.
- Planejamento do Negócio.
- Planejamento estratégico.
- Ideação do Negócio e Mapa Estratégico.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA/COMPONENTE CURRICULAR

(Geral e Específicos)

OBJETIVO GERAL: Proporcionar aos estudantes a compreensão dos fundamentos do Empreendedorismo e da Administração Mercadológica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar os principais conceitos, técnicas e processos de Marketing;
- Compreender o Composto de Marketing: produto, preço, distribuição e promoção;
- Identificar as variáveis do Composto Promocional de Marketing.

CONTEÚDO PROGRAMATICO

1. Fundamentos de Marketing: A revolução industrial e a era da produção; A era das vendas e do Marketing.
2. Conceito de Marketing: O que é Marketing? Necessidades, desejos e demandas; Produtos: bens, serviços e ideias.
3. Administração de Marketing: Macroambiente e Microambiente de Marketing; Variáveis incontroláveis de Marketing.
4. Macroambiente de Marketing: Análise das tendências do Macroambiente; Ambientes demográfico, tecnológico, econômico e político-legal;
5. Plano de Marketing: Definição da missão e do negócio da Organização; Plano de Marketing tático: os 4 Ps; Composto de Marketing.
6. Ciência da Administração e Empreendedorismo: Conceitos, funções administrativas, impacto das teorias administrativas no Empreendedorismo; Níveis e áreas funcionais de uma empresa;
7. Cultura Empreendedora: Conceitos e características do empreendedorismo; Perfil Empreendedor, Incubadora de empresas.
8. Modelos de Planejamento de Negócios: Plano de Negócio, Modelo Canvas de Negócio.
9. Planejamento Estratégico: Elaboração de Mapa Estratégico.

METODOLOGIA DE ENSINO

- Aulas expositivo-participativas com recursos audiovisuais . Discussão de textos teóricos, técnico-científicos e oficiais. Atividades individuais e em grupo. Seminários.

RECURSOS DIDÁTICOS

- [x] Quadro
- [x] Projetor
- [x] Vídeos/DVDs
- [x] Periódicos/Livros/Revistas/Links
- [] Equipamento de Som
- [] Laboratório
- [x] Softwares²
- [x] 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.)

- Serão duas avaliações e uma avaliação final, se necessária, constituídas de provas discursivas e objetivas, seminários e apresentações de trabalhos realizados em sala de aula.

ATIVIDADE DE EXTENSÃO⁴

- Atividade de extensão de caráter teórico-prático a ser desenvolvida integralmente com as disciplinas do semestre letivo, através do desenvolvimento de projetos na área do design gráfico, a partir de tema central escolhido pelos docentes no início de cada período para todas as turmas,

BIBLIOGRAFIA⁵

Bibliografía Básica:

- DORNELAS, J.C. Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em Negócios, Campus, Rio de Janeiro, 2008.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. Administração de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson, 2019.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração: abordagens prescritivas e normativas da administração. 6 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.

OBSERVAÇÕES

(Acrecentar 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:

■ Gustavo Olímpio Rodrigues, PROFESSOR ENS BÁSICO TECN TECNOLOGICO, em 18/08/2025 11:27:16.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 18/08/2025. 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 750753

Verificador: d53c0f71f8

Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELO / PB, CEP 58103-772

<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400