



RESOLUÇÃO Nº 082/2025-CI/CSA

CERTIDÃO

Certifico que a presente
resolução foi publicada no site
www.csa.uem.br, no dia
03/9/2025.

**Aprova alterações de disciplinas
do Curso de Graduação em
Administração e dá outras
providências.**

Samarina de Abreu Bonatto,
Secretária.

Maringá;

Considerando o contido no Estatuto da Universidade Estadual de

Considerando o contido no E-protocolo nº 24.388.466-7;

Considerando o contido na Resolução nº 064/2001-CEP, com as alterações introduzidas pela Resolução nº. 049/2002-CEP;

Considerando o contido na Portaria nº 036/2025-PEN;

Considerando o contido na Resolução nº 013/2025-ADM;

Considerando decisão do Conselho Interdepartamental em sua 156ª reunião, nesta data.

**O CONSELHO INTERDEPARTAMENTAL DO CENTRO DE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS APROVOU E EU, DIRETOR, SANCIONO A SEGUINTE
RESOLUÇÃO:**

Art. 1º Ficam aprovadas as alterações de disciplinas Administração de Marketing I, Administração de Marketing II e Administração de Marketing III do Curso de Administração, a vigorar a partir do ano letivo de 2026, conforme formulários anexos.

Art. 2º Esta resolução entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

DÊ-SE CIÊNCIA.
CUMPRA-SE.

Maringá, 29 de agosto de 2025.

Prof. Dr. João Marcelo Crubellate,
Diretor.



Anexo I

 UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ Pró-Reitoria de Ensino Projeto Pedagógico de Curso de Graduação																												
Formulário para <u>Alteração</u> de Disciplina																												
Curso: Administração																												
9. PLANO DE DISCIPLINA E DEMAIS COMPONENTES CURRICULARES																												
9.1. Identificação																												
Disciplina (nome atual):	Administração de Marketing I																											
Disciplina (nome proposto):	Administração de Marketing I																											
Departamento(s) (atual):	Departamento de Administração																											
Departamento(s) (proposto):	Departamento de Administração																											
9.2. Ementa (atual):	Análise do contexto de marketing, envolvendo: (i) conceito de marketing; (ii) histórico de marketing; (iii) marketing mix; (iv) papel do marketing nas organizações; (v) desafios e implicações da atividade de marketing para a sociedade; (vi) diferentes aplicações funcionais e setoriais de marketing; (vii) ambiente de marketing; (viii) segmentação e posicionamento de mercado; e (ix) potencial de mercado. (Resolução 149/2014-CI/CSA).																											
9.2. Ementa (proposta):	A disciplina de Administração de Marketing I contempla as atividades do macro ambiente de marketing, abordando premissas e conceitos introdutórios da área, permitindo que os estudantes desenvolvam a habilidade de analisar o contexto do macroambiente organizacional. Tais análises contribuem para construção e elaboração das estratégias de marketing, passando pela segmentação de mercado, definição de público-alvo, posicionamento e potencial de mercado.																											
9.3 Objetivos (atuais):	Proporcionar aos participantes do componente curricular uma compreensão acerca de marketing enquanto processo de troca, filosofia organizacional e atividade administrativa e gerencial, destacando o papel e a função que o marketing tem nas organizações e na sociedade contemporânea, bem como indicar elementos por meio dos quais os participantes possam empreender uma análise do contexto de marketing. (Res. 031/2009-CI/CSA).																											
9.3 Objetivos (propostos):	Proporcionar aos participantes do componente curricular uma compreensão acerca de marketing enquanto processo de troca, filosofia organizacional e atividade administrativa e gerencial, destacando o papel e a função que o marketing tem nas organizações e na sociedade contemporânea. Ao final da disciplina espera-se que os estudantes tenham a capacidade de analisar o macroambiente organizacional e contribuir para elaboração de estratégias de marketing.																											
9.4. Modalidade e Série de Oferta																												
	<table border="1"><thead><tr><th></th><th>Presencial</th><th>EAD</th><th>Semipresencial</th><th>Modular</th><th>Série</th><th>Anual</th><th>1º Sem</th><th>2º Sem.</th></tr></thead><tbody><tr><td>Atual</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td></tr><tr><td>Proposta</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td></tr></tbody></table>		Presencial	EAD	Semipresencial	Modular	Série	Anual	1º Sem	2º Sem.	Atual	X						X		Proposta	X						X	
	Presencial	EAD	Semipresencial	Modular	Série	Anual	1º Sem	2º Sem.																				
Atual	X						X																					
Proposta	X						X																					



9.5. Lotação, Carga Horária e Número de Alunos

Carga Horária	Extensão	Carga Horária Semanal em Horas/Aula					Carga Horária Total no Tempo de Oferta		
		Teórica	Prática	Teor./Prática	Semipresencial	Total Semanal	Anual	Semestral	Modular
Carga Horária (atual):		68					68		
Carga horária (proposta)		68					68		
Número de Alunos por Turma (atual):	40								
Número de Alunos por Turma (proposta):	40								

DEMONSTRATIVO DE INSERÇÃO DA EXTENSÃO NO COMPONENTE (QUANDO FOR O CASO)

Projeto nº (SGPEX)	Departamento(s)	Nome do Projeto/Atividade vinculado ao componente	Local de Realização	Carga Horária Semanal em Horas/Aula (Parte NÃO Extensão – Se houver)	Atividade de Extensão							
					Carga Horária Semanal em Horas/Aula					Carga Horária Total no Tempo de Oferta em Horas/Aula		
					Teórica	Prática	Teor./Prática	Semipresencial	Total Semanal	Anual	Semestral	Modular/Trimestral Ciclos/Outros
TOTAL COMO DISCIPLINA												

9.6. Local de Funcionamento das Turmas Práticas ou Especiais

Categoria da Turma	Nome do local: laboratório, campo, hospital, outros.	Bloco/Sala
Prática:	-	-
Teórica/Prática:	-	-

9.7. Aprovação no Departamento e Conselho Acadêmico

Aprovação no Departamento: Local e Data:	Aprovação no Conselho Acadêmico: Local e Data:
Carimbo e Assinatura do Chefe do Departamento	Carimbo e Assinatura do Coordenador do Curso



		UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ Pró-Reitoria de Ensino Projeto Pedagógico de Curso de Graduação						
Formulário para <u>Alteração</u> de Disciplina								
Curso: Administração								
9. PLANO DE DISCIPLINA E DEMAIS COMPONENTES CURRICULARES								
9.1. Identificação								
Disciplina (nome atual):		Administração de Marketing II						
Disciplina (nome proposto):		Administração de Marketing II						
Departamento(s) (atual):		Departamento de Administração						
Departamento(s) (proposto):		Departamento de Administração						
9.2. Ementa (atual):		Gestão estratégica de marketing, compreendendo: (i) comportamento do consumidor; (ii) organização estrutural para o marketing; (iii) organização da força de vendas; (iv) sistema de informação em marketing; (v) pesquisa qualitativa e quantitativa de mercado; (vi) controles e medidas de eficácia em marketing; e (vii) estratégias competitivas de marketing. (Resolução 149/2014-CI/CSA).						
9.2. Ementa (proposta):		A disciplina de Administração de Marketing II contempla as atividades do meso ambiente de marketing, abordando conceitos fundamentais da área, tais como: inteligência de mercado, comportamento do consumidor e marketing industrial. Tais atividades dão suporte às estratégias competitivas, pesquisa de mercado, força de vendas e análise das métricas de marketing.						
9.3 Objetivos (atuais):		Explicitar para os participantes do componente curricular o processo de gestão estratégica de marketing, o qual inclui desde a escolha de segmentos de atuação, definição de estrutura e recursos organizacionais, procedimentos de pesquisa, formas de controle e mensuração, até a indicação de estratégias e planos de ação. (Res. 031/2009-CI/CSA).						
9.3 Objetivos (propostos):		Proporcionar aos participantes do componente curricular uma compreensão do consumidor como elemento central nas relações de trocas de marketing e a relevância das pesquisas de marketing para dar suporte às atividades mercadológicas. Ao final da disciplina espera-se que os estudantes tenham a capacidade de realizar pesquisa de mercado (quantitativa e qualitativa) a fim de construir análises e relatórios para melhores decisões de marketing.						
9.4. Modalidade e Série de Oferta								
	Presencial	EAD	Semipresencial	Modular	Série	Anual	1º Sem	2º Sem.
Atual	X							X
Proposta	X							X



9.5. Lotação, Carga Horária e Número de Alunos

Carga Horária	Extensão	Carga Horária Semanal em Ho- ras/Aula					Carga Horária To- tal no Tempo de Oferta		
		Teórica	Prática	Teor./Prática	Semipresen- cial	Total Semanal	Anual	Semestral	Modular
Carga Horária (atual):		68						68	
Carga horária (proposta)		68						68	
Número de Alunos por Turma (atual):	40								
Número de Alunos por Turma (proposta):	40								

DEMONSTRATIVO DE INSERÇÃO DA EXTENSÃO NO COMPONENTE (QUANDO FOR O CASO)

Projeto nº (SGPEX)	Departamento(s)	Nome do Projeto/Atividade vincu- lado ao componente	Local de Real- ização	Carga Ho- rária Sema- nal em Ho- ras/Aula (Parte NÃO Extensão – Se houver)	Atividade de Extensão									
					Carga Horária Semanal em Horas/Aula					Carga Horária Total no Tempo de Oferta em Horas/Aula				
					Teórica	Prática	Teor./Prática	Semi- presencial	Total Semanal	Anual	Semestral	Modular/Trimestral Ciclos/Outros	Semi- presencial	
TOTAL COMO DISCIPLINA														

9.6. Local de Funcionamento das Turmas Práticas ou Especiais

Categoria da Turma	Nome do local: laboratório, campo, hospital, outros.	Bloco/Sala
Prática:	-	-
Teórica/Prática:	-	-

9.7. Aprovação no Departamento e Conselho Acadêmico

Aprovação no Departamento: Local e Data:	Aprovação no Conselho Acadêmico: Local e Data:
Carimbo e Assinatura do Chefe do Departamento	Carimbo e Assinatura do Coordenador do Curso



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

Pró-Reitoria de Ensino

Projeto Pedagógico de Curso de Graduação

Formulário para Alteração de Disciplina

Curso: Administração

9. PLANO DE DISCIPLINA E DEMAIS COMPONENTES CURRICULARES

9.1. Identificação

Disciplina (nome atual):	Administração de Marketing III
Disciplina (nome proposto):	Administração de Marketing III
Departamento(s) (atual):	Departamento de Administração
Departamento(s) (proposto):	Departamento de Administração

9.2. Ementa (atual):	Decisões e gestão do composto de marketing, abrangendo: (i) produto; (ii) novos produtos; (iii) gerência de produtos; (iv) serviços; (v) distribuição (praça); (vi) preço; (vii) comunicação (promoção) e (viii) plano de marketing. (Resolução 149/2014-CI/CSA).
-----------------------------	---

9.2. Ementa (proposta):	A disciplina de Administração de Marketing III contempla as atividades do microambiente de marketing, abordando as decisões da gestão do composto de marketing. Tais decisões contribuem para a elaboração e implementação do plano de marketing, envolvendo o desenvolvimento de novos produtos, gestão de portfólio, marketing de serviços, gestão da marca, determinação de preço, decisões de canais, comunicação integrada de marketing, marketing digital e outras atividades.
--------------------------------	---

9.3 Objetivos (atuais):	Abordar e explicar processos de decisão, gestão e ajustes relacionados aos compostos de marketing, considerando as tendências atuais e tendo em vista o ambiente de atuação das organizações. (Resolução 031/2009-CI/CSA).
--------------------------------	--

9.3 Objetivos (propostos):	Proporcionar aos participantes do componente curricular uma compreensão acerca do plano de marketing, desde sua concepção e elaboração, até sua implementação e controle. Ao final da disciplina espera-se que os estudantes tenham a capacidade de elaborar um plano de marketing consistente envolvendo os níveis estratégico, tático e operacional.
-----------------------------------	--

9.4. Modalidade e Série de Oferta

	<i>Presencial</i>	<i>EAD</i>	<i>Semipresencial</i>	<i>Modular</i>	<i>Série</i>	<i>Anual</i>	<i>1º Sem</i>	<i>2º Sem.</i>
Atual	X						X	
Proposta	X						X	



9.5. Lotação, Carga Horária e Número de Alunos								
Carga Horária	Extensão	Carga Horária Semanal em Horas/Aula					Carga Horária Total no Tempo de Oferta	
		Teórica	Prática	Teor./Prática	Semipresencial	Total Semanal	Anual	Semestral
Carga Horária (atual):		68					68	
Carga horária (proposta)		68					68	
Número de Alunos por Turma (atual):	40							
Número de Alunos por Turma (proposta):	40							

DEMONSTRATIVO DE INSERÇÃO DA EXTENSÃO NO COMPONENTE (QUANDO FOR O CASO)												
Projeto nº (SGPEX)	Departamento(s)	Nome do Projeto/Atividade vinculado ao componente	Local de Realização	Carga Horária Semanal em Horas/Aula (Parte NÃO Extensão – Se houver)	Atividade de Extensão							
					Carga Horária Semanal em Horas/Aula				Carga Horária Total no Tempo de Oferta em Horas/Aula			
					Teórica	Prática	Teor./Prática	Semipresencial	Total Semanal	Anual	Semestral	Modular/Trimestral Ciclos/Outros
TOTAL COMO DISCIPLINA												

9.6. Local de Funcionamento das Turmas Práticas ou Especiais		
Categoria da Turma	Nome do local: laboratório, campo, hospital, outros.	Bloco/Sala
Prática:	-	-
Teórica/Prática:	-	-
9.7. Aprovação no Departamento e Conselho Acadêmico		
Aprovação no Departamento: Local e Data:	Aprovação no Conselho Acadêmico: Local e Data:	
Carimbo e Assinatura do Chefe do Departamento	Carimbo e Assinatura do Coordenador do Curso	