DELIBERAÇÃO – Câmara de Pós-Graduação Nº 43/2012

Reestrutura o Curso de Pós-Graduação *Lato sensu* em Administração de Marketing e Propaganda.

CONSIDERANDO a solicitação da Comissão Coordenadora, conforme processo nº 18141/2011;

CONSIDERANDO a competência da Câmara de Pós-Graduação do CEPE estabelecida pelo artigo 65, inciso II, do Estatuto;

A CÂMARA DE PÓS-GRADUAÇÃO em reunião no dia 27 de agosto de 2012, aprovou a seguinte Deliberação:

Art. 1º Fica reestruturado o Curso de Pós-Graduação *Lato sensu* em Administração de Marketing e Propaganda, para vigorar a partir do 1º semestre de 2013.

Art. 2º O Curso terá a duração de 390 (trezentas e noventa) horas, correspondentes a 26 (vinte e seis) créditos, a serem desenvolvidos em 2 (dois) períodos letivos.

Art. 3º O desenvolvimento do Curso obedecerá à seguinte organização curricular:

2 ADM 406 -	Fundamentos de Marketing e Métodos de Pesquisa	6 cr	90 h
2 ADM 407 -	Estratégia e Mercado	5 cr	75 h
2 ADM 408 -	Gestão para Resultados e Relacionamento	6 cr	90 h
2 ADM 409 -	Comunicação Integrada de Marketing	6 cr	90 h
2 ADM 410 -	Temáticas Contemporâneas	3 cr	45 h
2 ADM 151 -	Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação		

DISCIPLINA OPTATIVA:

2 EDU 511 -	Metodologia do Ensino Superior	2 cr	30 h

Art. 4º Poderão candidatar-se ao Curso graduados ou graduandos em Administração, Comunicação ou de outras áreas, desde que comprovem o exercício de atividades inerentes às áreas do Curso nos últimos anos e a conclusão da graduação na data da matrícula.

Art. 5º A seleção será realizada pela Comissão de Seleção indicada pela Comissão Coordenadora do Curso e constará de análise de *curriculum vitae* e entrevista, podendo ser acrescido outro critério que venha a ser exigido pela referida Comissão.

Art. 6º A avaliação do aproveitamento, a verificação da frequência e os controles acadêmicos e administrativos obedecerão às normas constantes do Regulamento dos Cursos de Pós-Graduação *Lato sensu* (Resolução CEPE) e do Regimento Geral da UEL.

UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA
(Reconhecida pelo Decreto Federal n. 69.324 de 07/10/71)

Art. 7º As ementas das disciplinas integrantes da organização curricular constam do anexo da presente Deliberação.

Art. 8º O Curso de Pós-Graduação *Lato sensu* em Administração de Marketing e Propaganda integrará o Colegiado dos Cursos de Pós-Graduação *Lato sensu* das áreas Profissionalizantes e seu controle acadêmico será centralizado na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação.

Art. 9º Esta Deliberação entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA, 27 de agosto de 2012.

Prof. Dr. Mário Sérgio Mantovani
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA
(Reconhecida pelo Decreto Federal n. 69.324 de 07/10/71)

ANEXO DA DELIBERAÇÃO – Câmara de Pós-Graduação N°4 3/2012

2 ADM 406 - Fundamentos de Marketing e Métodos de Pesquisa 6 cr 90 h
Interação entre a organização e o mercado, as relações de troca e a satisfação de necessidades e desejos mediante a oferta de produtos e serviços de valor à sociedade e propiciar uma visão geral do marketing no contexto atual e suas inter-relações com o ambiente de negócios. O que é marketing e como ele pode ser utilizado para construir relacionamentos rentáveis com os clientes. Elementos do composto mercadológico, com aplicabilidade através Laboratório de Gestão Empresarial e gerando conhecimentos por meio da Pesquisa Científica.

2 ADM 407 - Estratégia e Mercado 5 cr 75 h
Princípios do marketing e sua importância na definição de estratégias dentro de uma organização, os papéis do marketing em uma variedade de negócios e a importância da relação entre as diversas áreas do negócio na tomada de decisão. Marketing estratégico, desenvolvimento do plano de marketing, marketing do competitivo e segmentação de mercados, pesquisa e analise de mercado, pesquisa e analise de mercado, comportamento do consumidor, desenvolvimento as habilidades analíticas em relação às decisões do marketing.

2 ADM 408 - Gestão para Resultados e Relacionamento 6 cr 90 h
Resultados de marketing no que se refere ao planejamento, avaliação e controle do desempenho empresarial e do processo de criação de valor e do relacionamento com o cliente. Processo de elaboração e implementação do planejamento estratégico de marketing, simulação (Business Game) em marketing-varejo, o marketing de serviço e relacionamentos com o mercado.

2 ADM 409 - Comunicação Integrada de Marketing 6 cr 90 h
Relação entre marketing e comunicação, bem como os aspectos que podem influenciar o contexto da comunicação e suas relações com as ferramentas da comunicação integrada de marketing, harmonizando os efeitos nos resultados das mensagens e na qualidade da comunicação das empresas e suas marcas. Criação e arte publicitária, Planejamento de campanhas Publicitárias e de Mídia e Marketing Digital.

2 ADM 410 - Temáticas Contemporâneas 3 cr 45 h
Discussão e revisão de conceitos e paradigmas do marketing contemporâneo, principalmente no que se refere a questões de marketing e sustentabilidade, a construção da imagem de marca e seus impactos na vida cotidiana, bem como os impactos na gestão da força de vendas e nas estratégias de merchandising. Marketing e sustentabilidade. Gestão de vendas e Merchandising e Branding.

2 EDU 511 - Metodologia do Ensino Superior 2 cr 30 h
Dimensões do processo didático e seus eixos norteadores: ensinar, aprender, pesquisar e avaliar. A centralidade da avaliação em suas diferentes dimensões: avaliação da aprendizagem, do trabalho pedagógico e institucional. Planejamento do trabalho pedagógico. A relação pedagógica nos diversos contextos formativos. Modelo de ensino: estratégias de ensino-aprendizagem.