

Plano de Ensino para Atividades Pedagógicas Não Presenciais (APNP)

1) Dados de identificação

1. Curso:	Comunicação Visual	2. Docente:	Lucas Pessoa Pereira
3. APNP:	Marketing e Embalagens	4. Período letivo:	2021/1
5. Carga horária total da disciplina:	40h/aula (30h/relógio)	6. Carga horária semanal da disciplina:	3,33h/aula (2,5h/relógio)
7. Carga horária semanal síncrona:	1h/aula (45min/relógio)	8. Carga horária semanal assíncrona:	2,33h/aula (1,5/relógio)
9. Pré-requisitos (quando houver):	<i>Não se aplica</i>	10. Horário de atendimento:	A combinar

2) Objetivos gerais e específicos da APNP

Objetivo geral: A partir de exposições teórico-práticas e discussões, o aluno deverá ser capaz de compreender a aplicação do marketing em projetos de design, identificando suas conexões. Ainda, deverá conhecer os princípios e fundamentos de marketing. Identificar, reconhecer e projetar embalagens, considerando aspectos relativos à função, fluxo, normalização, materiais e processos de fabricação, atendendo a requisitos específicos.

Objetivos específicos:

- Diferenciar os tipos de marketing;
- Elaborar um plano de marketing;
- Diagnosticar o marketing aplicado em embalagens;
- Compreender o panorama geral da história das embalagens e sua legislação;
- Entender os materiais utilizados nas embalagens e suas funções, atrelado ao design sustentável;
- Desenvolver embalagem em relação com o design social, de forma interdisciplinar.

3) Conteúdo programático

Unidade 1 – Embalagem

- 1.1 História da embalagem
- 1.2 Materiais e usos para projetos de embalagem
- 1.3 Percepção da embalagem
- 1.4 Legislação
- 1.5 Conceitos de design e sustentabilidade
- 1.6 Importância da Embalagem como Ferramenta de Marketing
- 1.7 Desenvolvimento de projeto

Unidade 2 – Introdução ao Marketing

- 2.1 Conceitos de Marketing
- 2.2 Mix de Marketing – 4P's e 4A's e 4C's
- 2.3 Segmentos de Marketing
- 2.4 Comportamento do Consumidor
- 2.5 Relação entre Marketing e Design

4) Metodologia e recursos utilizados no desenvolvimento da disciplina (APNP)

1. As atividades síncronas acontecerão em sala de aula virtual Google Meet.
2. As atividades assíncronas serão disponibilizadas no AVA Moodle e envolverão:
 - Vídeos;
 - Leituras;
 - Atividades práticas;
 - Interação no ambiente virtual de aprendizagem.

5) Cronograma de atividades

Semana	Conteúdos / Atividades	
1 [19/03]	Síncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
	Assíncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
2 [26/03]	Síncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
	Assíncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
3 [02/04]	Síncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
	Assíncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>

4 [09/04]	Síncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
	Assíncrono	<i>Não se aplica em decorrência da disciplina estar sem professor.</i>
5 [16/04]	Síncrono	Apresentação da APNP; Combinações sobre aproveitamentos, recuperações e avaliações.
	Assíncrono	[RECUPERAÇÃO] Atividade de leitura e resenha/resumo; [RECUPERAÇÃO] Atividade de discussão no fórum.
6 [23/04]	Síncrono	[RECUPERAÇÃO] Leitura da discussão no fórum.
	Assíncrono	[RECUPERAÇÃO] Atividade de leitura e resenha/resumo; [RECUPERAÇÃO] Atividade de discussão no fórum.
<i>Fim da primeira etapa / Início da segunda etapa</i>		
7 [30/04]	Síncrono	Aula expositiva: Conceitos de Marketing. Apresentação do tema do projeto final.
	Assíncrono	Atividade de leitura/vídeo e resenha/resumo; [COMPENSAÇÃO] Atividade de discussão no fórum.
8 [07/05]	Síncrono	Aula expositiva: Mix de Marketing – 4P's e 4A's e 4C's
	Assíncrono	Atividade de leitura/vídeo e resenha/resumo. [COMPENSAÇÃO] Atividade de discussão no fórum.
9 [14/05]	Síncrono	Aula expositiva: Segmentos de Marketing
	Assíncrono	Atividade de leitura/vídeo e resenha/resumo; Entrega PARCIAL do projeto.
10 [21/05]	Síncrono	Aula expositiva: Comportamento do Consumidor
	Assíncrono	Atividade de leitura/vídeo e resenha/resumo. [COMPENSAÇÃO] Atividade de discussão no fórum.
11 [28/05]	Síncrono	Aula expositiva: Relação entre Marketing e Design
	Assíncrono	Atividade de leitura/vídeo e resenha/resumo. [COMPENSAÇÃO] Atividade de discussão no fórum.
12 [04/06]	Síncrono	Entrega FINAL do projeto.
	Assíncrono	Atividade de leitura/vídeo e resenha/resumo.

6) Metodologia de avaliação e reavaliação

A avaliação da disciplina se constituirá através da participação do aluno nos momentos síncronos e da elaboração de atividades práticas exploratórias. A nota referente às atividades será fechada a partir da entrega das atividades, cuja descrição e datas de entrega dos trabalhos estarão previstas no cronograma da disciplina que poderá ser acessado a qualquer tempo via plataforma Moodle, podendo ser alteradas de acordo com o andamento da disciplina. Sendo assim, deverão ser remarcadas com os(as) alunos(as) em momento síncrono, com no mínimo uma semana de antecedência da entrega. Trabalhos entregues com atraso serão avaliados valendo 70% da nota original e só poderão ser entregues com até uma semana de atraso. A disciplina é composta por duas etapas de 6 semanas, na qual o(a) aluno(a) deverá obter, no mínimo, a nota 6,0 para ser considerado(a) aprovado(a). Não está prevista uma reavaliação ao final da disciplina, esta será processual, tendo o aluno direito a refazer os trabalhos quando estes não estiverem de acordo com a proposta apresentada. O(a) aluno(a) que não realizar as avaliações estará automaticamente reprovado(a). No entanto, aqueles que encontrarem qualquer tipo de dificuldade nesse período deverão entrar em contato com os professores para que a situação seja analisada e se busque uma alternativa de encaminhamento da questão. Nos casos de ausência justificada, conforme legislação vigente, a nova data de entrega das atividades deve ser combinada diretamente com o professor. A recuperação de conteúdos será realizada durante todo o processo da disciplina, mediante retomadas durante os encontros presenciais pela rede (síncronos), atividades assíncronas e horários de atendimento das professoras.

Aproveitamento: O aproveitamento do conteúdo, frequência e avaliações referentes à APNP cursada no calendário extraordinário do ano de 2020 será plenamente realizado no interior da disciplina. As(Os) alunas(os) que cursaram a APNP com êxito e foram aprovadas(os) estão dispensadas(os) das aulas bem como das atividades durante a Etapa 1 (semanas 1, 2, 3, 4, 5 e 6). Deverão ter assiduidade e cumprir com as atividades da Etapa 2 (semanas 7, 8, 9, 10, 11 e 12). A nota final da APNP já concretizada (em 2020) compõem a nota referente à Etapa 1 da disciplina no calendário atual (recuperação do 2020/1 em período letivo de 2021/1). A(O) aluna(o) que foi frequente durante a APNP concretizada no calendário extraordinário em 2020, terá a frequência garantida na sua totalidade na Etapa 1 da disciplina no período letivo de 2021/1.

7) Bibliografia

BASTA, Darci. **Fundamentos de marketing**. Editora FGV, 2015. Disponível em:
<<https://bit.ly/3ef1eDA>>

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Marketing Essencial**. Editora Pearson, 2013.
Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3823>>

RIBEIRO, Lucyara (org.). **Marketing social e comportamento do consumidor**.
Editora Pearson, 2015. Disponível em:
<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/26520>>

SILVA, Adriana. **Design de embalagem e PDV**. Editora Intersaberes, 2021.
Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/187435>>

MESTRINER, Fabio. **Gestão Estratégica de Embalagem**: uma ferramenta de
competitividade para sua empresa. Editora Pearson, 2007. Disponível em:
<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/404>>