



Universidade Federal do Ceará
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade
Departamento de Administração

PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

1. Identificação					
1.1. Unidade: FEAAC					
1.2. Curso: Administração					
1.3. Nome da Disciplina: MARKETING E TECNOLOGIA					
1.4. Código da Disciplina: ED0192					
1.5. Caráter da Disciplina: () Obrigatória (X) Optativa					
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (X) Semestral () Anual () Modular					
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64h	C.H. Teórica: 37h	C.H. Prática: 27h	C.H. EaD:	C.H. Extensão: –	C.H. Prática como componente curricular – PCC ¹ (apenas para cursos de licenciatura): –
1.8. Pré-requisitos: ED0122 – Administração Mercadológica II					
1.9. Co-requisitos: não há					
1.10. Equivalências: não há					
1.11. Professores pertencentes à Unidade Curricular Administração Mercadológica: Francisco Vicente Sales Melo; Luiz Carlos Murakami.					
2. Justificativa					
A razão de uma empresa é o público-alvo a quem ela atende. A disciplina de Marketing e Tecnologia é, portanto, o despertar para a linguagem da integração das tecnologias e o Marketing.					
3. Ementa					
Modelo de desenvolvimento de produto baseado no modelo Design Thinking. Conceitos aplicados ao mercado de games. Desenvolvimento de games. Conceitos aplicados à internet das coisas. Desenvolvimento de projetos ligados à internet das coisas.					
4. Objetivos – Geral e Específicos					
Geral: Compreender como a tecnologia pode ser aplicada ao ambiente de Marketing criando uma ligação entre a empresa e seu público-alvo, cujo objetivo central é a oferta de valor para a satisfação do cliente, promovendo a sustentabilidade social, econômica, ambiental e cultural.					

Específicos:

- Compreender o modelo de desenvolvimento de produtos Design Thinking;
- Entender os conceitos aplicados ao mercado de games;
- Conhecer o processo de desenvolvimento de games nas organizações;
- Analisar os conceitos aplicados à internet das coisas;
- Desenvolver projetos ligados à internet das coisas; e
- Desenvolver a capacidade de levantamento de informações e análise para a identificação de problemas e oportunidades.

5. Descrição do Conteúdo/Unidades	Carga Horária
1. Design thinking	10h
2. Desenvolvimento de games	27h
3. Desenvolvimento de projetos de Internet das coisas	27h

6. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas e interativas;
Competição entre equipes no desenvolvimento de um trabalho de campo;
Desenvolvimento de produto e projetos estimulando o empreendedorismo

7. Atividades Discentes

Pesquisa de exemplos de mercado dos conceitos vistos durante as aulas
Criação de um game de empresa
Desenvolvimento de projetos de Internet das coisas

8. Avaliação

A nota final será composta pela média aritmética das notas decorrentes de:
Duas avaliações parciais escritas
Um trabalho de pesquisa de campo, em equipe
Um seminário de apresentação da pesquisa
Participação ativa em sala de aula: comentários e debates, resolução de problema com um projeto de solução.
Os alunos que ao final do semestre obtenham média entre 4,0 (quatro) e 7,0 (sete), devem fazer a Avaliação Final.

9. Bibliografia Básica e Complementar**Básica**

NOVAK, J. **Desenvolvimento de Games**. São Paulo. Cengage Learning. 2010

Complementar

VIANNA, I., VIANNA, M., MEDINA, B, TANAKA, S. **Gamification, Inc**. Como reinventar empresas a partir de jogos, MJV Tecnologia ltd, Rio de Janeiro. 2013

VIANNA, M.,VIANNA.Y., ADLER, I. K., LUCENA, B.,RUSSO, B. **Design Thinking: Inovação em Negócios**, MJV Press, Rio de Janeiro, 2011

10. Parecer

Aprovação do Colegiado do Departamento

___/___/___

Assinatura da Chefia do Departamento

Aprovação do Colegiado de Coordenação do Curso

___/___/___

Assinatura do Coordenador