

Resolução 052/91 - CONSEPE

Aprova Curso de Pós-Graduação, em nível de Especialização em Marketing.

O Presidente do CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO - CONSEPE, da Fundação Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, no uso de suas atribuições estatutárias e regimentais,

CONSIDERANDO:

- a) a documentação constante do Processo nº 051/91, originário do Centro de Ciências da Administração - ESAG;
- b) a apreciação pela Câmara de Pesquisa, Extensão e Assuntos Comunitários, em sua reunião de 23.08.1991;
- c) a deliberação do plenário deste egrégio Conselho, em reunião de 29.10.1991,

RESOLVE:

Art. 1º - Aprovar o Curso de Pós-Graduação, em nível de Especialização em MARKETING, a ser ministrado pelo Centro de Ciências da Administração - ESAG, Florianópolis, que deverá obedecer aos seguintes critérios:

I - O Curso será desenvolvido no período de março de 1991 a março de 1992 (período de créditos), sendo o aluno obrigado a apresentar um trabalho de conclusão de Curso, até o mês de agosto de 1992, para fazer jus ao certificado de Especialização;

II - O total de horas/aula do Curso será de 360, distribuídas em 10 disciplinas, devendo o aluno alcançar nota 7 (sete), numa escala de 0 a 10, em cada disciplina, para aprovação. Igualmente, deverá possuir a frequência mínima de 85 (oitenta e cinco) por cento, por disciplina, e ter aprovado seu trabalho de conclusão de Curso;

III - o número de vagas está estipulado em 35, devendo, para seleção, o aluno possuir Diploma de Curso de Graduação Plena, prioritariamente em Administração, e desenvolver habilidades no campo de Marketing;

IV - O orçamento do Curso está inserido no contexto do Processo, demonstrando ser o curso auto-financiado;

V - As disciplinas que compõe o currículo do Curso, bem como a carga horária destinada a cada uma delas, os Professores que formam o Corpo Docente, e sua titulação, compõem os quadros a seguir apresentados:

Disciplinas	Carga Horária (horas/aula)
Relacionamento Interpessoal	16
Metodologia Científica e do Conhecimento	32
Ambiente Sócio Econômico Brasileiro	28
Evolução do Conceito de Marketing e Comportamento do Consumidor	40

Análise e Determinação do Composto de Marketing	48
Gerenciamento de Vendas	44
Comportamento Organizacional	28
A Pesquisa como Instrumento para a Tomada de Decisão em Marketing	52
Marketing e Negociação Internacional	32
Planejamento da Ação de Marketing	40

As ementas encontram-se no bojo do processo.

PROFESSORES	TITULAÇÃO
Antenor Manoel Naspolini	Mestre
Antônio Getulio Westrupp	Mestre
Eurides Antunes Severo	Especialista
João Benjamim da Cruz Júnior	Doutor
José Francisco Salm	Doutor
Luiz César Reis Salvador	Mestre
Márcio Madeira Neves	Mestre
Nério Amboni Mestre	Mestre
Oswaldo Goeldner Moritz	Especialista
Ronaldo Valente Canali	Mestre
Tito Livio de Bem Menezes	Especialista

Art. 2º - Esta Resolução entra em vigor nesta data.

Florianópolis, 29 de outubro de 1991.

Rogério Braz da Silva
Presidente