

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE – DEPARTAMENTO DE ODONTOLOGIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ODONTOLOGIA

PLANO DE ENSINO ADAPTADO

Em caráter excepcional e transitório, para substituição de aulas presenciais por aulas em meios digitais, enquanto durar a pandemia do novo coronavírus – COVID-19, em atenção à Portaria MEC 344, de 16 de junho de 2020 e à Resolução 140/2020/CUn, de 24 de julho de 2020.

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA			Semestre 2020.1
Nome da disciplina ODT 7015 - Gestão e Marketing aplicado à odontologia.	Departamento ODT – Odontologia.	Fase 07 ^a .	Carga horária 36h/aula. 04 horas semanais
Professores da disciplina Professor Cláudio José Amante.			
Equivalências ***	Horário Terças-feiras e quartas feiras das 16:20 h- 18 h	Natureza Teórica	Eixo Temático Multidisciplinar
Pré-requisitos ODT 7017 Bioética.			Local Moodle
OBJETIVO GERAL DA DISCIPLINA Proporcionar ao aluno os conhecimentos básicos sobre administração, em especial sobre marketing aplicado à odontologia, pelo qual se busca planejar, organizar, dirigir e controlar os recursos de um empreendimento necessários para a realização de suas metas, compreendendo um conjunto de análises, decisões, comunicação, liderança, motivação, avaliação, controle, modelo de negócios entre outras atividades de gestão em odontologia.			
EMENTA Legislação. Finanças do consultório Odontológico. Recursos Humanos. Marketing na Odontologia.			

ELEMENTOS INTEGRADOS DO PLANO / METODOLOGIA				
Tópico e carga horária	Conteúdos	Objetivos de aprendizagem	Recursos didáticos	Avaliação e feedback
1. Legislação 02h/aula	A – Apresentação da disciplina e Contrato Didático (CD).	Esclarecer os objetivos da disciplina e toda a sua estrutura de funcionamento em ambiente virtual.	1. Aula síncrona. 2. Roteiro da aula em PDF 3. Apresentação em Power Point.	1. Presença na aula síncrona 2. Avaliação da dinâmica
	B – A globalização, o empreendedorismo e a inovação no mundo contemporâneo.	Compreender os fundamentos os principais fatos que contribuíram para o processo de globalização e a importância do empreendedorismo e da inovação no mundo pós COVID 19.		
	C – Aspectos legais na odontologia: marketing, publicidade e propaganda: (1) conceitos integrados de marketing, publicidade e propaganda; e, (2) aspectos legais da publicidade na odontologia; e, A proteção de dados pessoais (LGPD).	Distinguir os principais aspectos das normativas estabelecidas para publicidade e propaganda em odontologia, bem como a proteção de dados pessoais.		
2.Finanças do consultório Odontológico 02h/aula	A - Investimentos: (1) tipos de investimentos; (2) investimentos em ativos permanentes; e, investimentos iniciais.	Conhecer os principais tipos de investimentos necessários para o estabelecimento de um empreendimento.	1. Aula síncrona. 2.Roteiro da aula. 3. Apresentação em Power Point.	1. Presença na aula síncrona 2. Avaliação da dinâmica
	B - Demonstrativo financeiro: (1) custos; (2) demonstração dos resultados; (3) fluxo de caixa; (4) indicadores financeiros; e (5) ponto de equilíbrio.	Conhecer os conceitos centrais referentes ao demonstrativo financeiro de uma empresa.		
3. Recursos Humanos	A - Equipe de saúde bucal. As competências em	Conhecer as principais competências em administração em odontologia.	1. Aula síncrona. 2.Roteiro da aula.	1. Presença na aula síncrona 2. Avaliação da dinâmica

04h/aula	administração em odontologia. O empreendimento e as pessoas: (1) descrição de cargos; (2) políticas de salário; (3) formas de recrutamento; (4) métodos de seleção; (5) rotinas de contratação e integração; (6) necessidade de treinamento e desenvolvimento; e (7) formas de avaliação.		3. Apresentação em Power Point.	
	B - Plano de marketing 01 (Sumário executivo) com as seguintes partes: (1) a empresa (riscos num guardanapo e história da história da ideia, dados da empresa e público alvo; (2) os sócios empreendedores; (3) as vantagens competitivas e as declarações (missão, visão, valores e responsabilidade socioambientais).	Propor a criação de uma clínica odontológica generalista e estruturar o Plano de Marketing 01 (sumário executivo) desse empreendimento de saúde. Essa atividade será realizada em equipe de até 03 (três) alunos.	1. Aula síncrona. 2. Roteiro da aula. 3. Apresentação em Power Point.	1. Presença na aula síncrona 2. Avaliação da dinâmica
4. Marketing na Odontologia 24 h/aula	A - Investigação ampla de mercado, análise SWOT e seleção de mercado-alvo.	Realizar uma investigação ampla de mercado e a análise SWOT do plano marketing proposto.	1. Aula síncrona. 2. Roteiro da aula. 3. Apresentação em Power Point.	1. Presença na aula síncrona 2. Avaliação da dinâmica
	B - Estratégia de marketing (produto, praça, promoção e preço)	Estabelecer a estratégia de marketing referente ao produto, praça, promoção e preço.		

BIBLIOGRAFIA BÁSICA DA DISCIPLINA

- DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro (RJ): Sextante, 2008. 299p ISBN 9788575423387. Número de Chamada: 658.012.4 D659s.
- GIL, Antônio Carlos. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo (SP): Atlas, 2001 307p. ISBN 8522429529 (broch.). Número de Chamada: 658.31 G463g.
- JACOBSEN, Alessandra de Linhares; CRUZ JÚNIOR, João Benjamim da; MORETTO NETO, Luís. Administração: (introdução e teorias). Florianópolis, SC: SEAD/UFSC, 2006. 216p. Número de Chamada: 65 J17a.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2006 750 p.: ISBN 9788576050018. Número de Chamada: 658.8 K87a 12. Ed.
- OLIVEIRA FILHO, João Bento de. Empreendedorismo: [módulo 9]. Florianópolis: UFSC, Dep. de Ciências da Administração, Número de Chamada: 65.012.4 O48e.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR DA DISCIPLINA

- BLOG DA SB COACHING. Pitch: o que é, principais tipos e como elaborar o seu. [S.l.], 29 de dezembro de 2018. Disponível em: < <https://www.sbcoaching.com.br/blog/pitch/> > Acesso em: 05 jun 2020.
- GABRIEL, L. Plano de Marketing: o guia completo para criar o seu. Blog da Rock Content. [S.l.], 11 de outubro de 2019. Disponível em > , <https://rockcontent.com/blog/como-fazerum-bom-plano-demarketing/#:~:text=Um%20plano%20de%20Marketing%20%C3%A9,as%20a%C3%A7%C3%B5es%20estrat%C3%A9gicas%20do%20neg%C3%B3cio.> > Acesso em: 02 jun 2020.
- GENGHINI, L. A. et al. Planejamento e plano de marketing de organizações do terceiro setor. In Congrès TRANSFORMARE, 2012, Paris. GOMES, I. M. et al. Como elaborar um plano de marketing. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2013. LEMOS, R. F. Oficina de plano de marketing: guia do educador / Ricardo Felipe Lemos -- Brasília: SEBRAE, 2011.
- LIMA, G. B.; CARVALHO, D. T. Plano estratégico de marketing: proposta de uma análise teórica. REMark, São Paulo, v. 10, n. 2, p 163-187, mai./ago. 2011.
- MINANEO, R. Marketing para serviços de saúde: um guia indispensável para gestores da área médica. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. POLIZEI, E. Plano de marketing. São Paulo: CENGAGE Learning, 2010.
- SEITZ, H. M. O planejamento estratégico de marketing e o plano de negócios. eGesta, Santos, v. 1, n. 3, p.91-126 out/dez, 2005.

ESTRATÉGIAS**I. Atividades síncronas:**

- A. **Presença em Ambiente Virtual (PAV)** – participação ativa nas atividades nas **webs conferências** (ambiente virtual de aprendizagem) durante as aulas expositivas remotas (discussões e debates).
- B. **Relatório de atividades 01 (RA 01)**: Apresentação oral e entrega escrita (em PDF) do desenvolvimento de um plano de marketing (parte 01) com as seguintes partes: (1) a empresa (história da ideia, dados da empresa, público-alvo), (2) os sócios empreendedores, (3) as vantagens competitivas e as declarações; e (4) as declarações (missão, visão, valores e ações de responsabilidade socioambientais).
- C. **Relatório de atividades 02 (RA 02)**: Apresentação oral e entrega escrita (em PDF) do desenvolvimento de um plano de marketing (continuação) com as seguintes partes: (1) a empresa (história da ideia, nome da empresa e equipe empreendedora), (2) sumário executivo (declaração dos valores, visão, missão e ações de responsabilidade socioambientais), análise SWOT, produto, praça, promoção e preço.
- D. **Pitch**: apresentação sumária de 3 a 5 minutos do plano de marketing de cada equipe. O Pitch consiste numa apresentação resumida de uma ideia, de 3 a 5 minutos, com objetivo de despertar o interesse de um cliente pela sua proposta de negócio, contendo apenas as informações essenciais e diferenciadas para evidenciar o seu empreendimento, nesse caso específico, em odontologia. Ela deve conter os seguintes tópicos: identificando a oportunidade; apresentando a sua solução; destacando seus diferenciais; e explanando sua proposta.
- E. **Todo o material estará disponibilizado pela disciplina na plataforma Moodle/UFSC.**

II. Atividades assíncronas:

- A. Leitura e reflexão sobre os temas apresentados nas atividades síncrona.
- B. Elaboração de relatório de atividade
- C. *Web* conferência de dúvidas (docente disponível para esclarecimentos em ambiente virtual).

III. Endereço eletrônico da sala para as webs conferências:

- Sala do DATALAB – Laboratório de Desenvolvimento e de Pesquisa em Gestão de Dado. Para acessar ao ambiente virtual, no horário estabelecido para o desenvolvimento da disciplina, utilize a URL¹ <https://conferenciaweb.rnp.br/webconf/datalab-ufsc>.

¹ URL é o endereço eletrônico que permite que o site ou blog seja encontrado na rede.

CRONOGRAMA**CRITÉRIOS PARA O CÁLCULO DA AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM**

A quantificação da avaliação do processo de ensino-aprendizagem será realizada através da seguinte fórmula: $PAV + RA\ 01 + RA\ 02 + Pitch$. O total deste somatório será dividido por 04 (quatro), gerando a nota de aproveitamento semestral do aluno.

Esclarecimentos importantes:

Presença em Ambiente Virtual – será computada e atribuída uma nota 0,1 em cada presença na aula síncrona e, 0 (zero) para o aluno ausente. Para efeito de cálculo da Presença em Ambiente Virtual, será computado a presença em 10 atividades síncronas, totalizando assim, 10 pontos para efeito de cálculo dessa avaliação.

Considerações Importantes:

De acordo com a Resolução 17/CUn/97 – Capítulo IV – Seção I – Artigo 72 – A nota mínima de aprovação em cada disciplina é 6,0 (seis vírgula zero).

De acordo com a Resolução 17/CUn/97 – Capítulo IV – Seção I – Artigo 70 – § 40 – Ao aluno que não comparecer às avaliações ou não apresentar trabalhos no prazo estabelecido será atribuída nota 0 (zero).

De acordo com a Resolução 17/CUn/97 – Capítulo IV – Seção I – Artigo 74. O aluno, que por motivo de força maior e plenamente justificado, deixar de realizar avaliações previstas no plano de ensino, deverá formalizar pedido de avaliação à Chefia do Departamento de Ensino ao qual a disciplina pertence, dentro do prazo de 2 (dois) dias úteis.

Revisão da avaliação:

Segundo a Resolução 017/CUn/97 em seu Art. 73, é facultado ao aluno requerer ao Chefe do Departamento a revisão da avaliação, mediante justificativa circunstanciada dentro de 02 (dois) dias úteis, após a divulgação do resultado.”

Atividades de recuperação:

Segundo a Resolução 017/CUn/97 em seu Art. 70 – § 2º - “O aluno com frequência suficiente (FS) e média das notas de avaliações do semestre entre 3,0 (três) e 5,5 (cinco vírgula cinco) terá direito a uma nova avaliação no final do semestre.”

Segundo a Resolução 017/CUn/97 em seu Art.71 – § 3º - O aluno enquadrado no caso previsto pelo § 2º do Art. 70 terá sua nota final calculada através da média aritmética entre a média das notas das avaliações parciais e a nota obtida na avaliação estabelecida no citado parágrafo.

CRONOGRAMA			
Tópico	Data/Horário	Conteúdo/Estratégia	Expositor/Moderador
Legislação. 02h/aula ²	01/09 16:20 h – 18 h	A. Início das atividades – mensagem de acolhimento. B. Apresentação da disciplina e divisão dos grupos de trabalho. C. A globalização, o empreendedorismo e a inovação no mundo contemporâneo. D. Aspectos legais na odontologia: marketing, publicidade, propaganda e proteção de dados pessoais. E. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Finanças do consultório Odontológico. 02h/aula	02/09 16:20 h – 18 h	A. Investimentos B. Demonstrativo financeiro. C. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Recursos Humanos. 02h/aula	08/09 16:20 h – 18 h	A. Equipe de saúde bucal. As competências em administração em odontologia. O empreendimento e as pessoas B. Tipo de interação: síncrona	Professor Cláudio José Amante
	09/09 16:20 h – 18 h	A. Criando uma ideia: Sumário executivo. B. Tipo de interação: síncrona	Professor Cláudio José Amante
Legislação, Finanças do consultório Odontológico. Recursos Humanos. 02h/aula	15/09 16:20 h – 18 h	A. Elaboração do relatório de atividades – PARTE I (RA 01). B. Docente disponível para esclarecimentos em ambiente virtual (<i>Web</i> conferência de dúvidas). C. Tipo de interação: assíncrona.	Professor Cláudio José Amante
Legislação, Finanças do consultório Odontológico. Recursos Humanos. 02h/aula	16/09 16:20 h – 18 h	A. Avaliação 1 B. Apresentação oral ambiente virtual e entrega escrita Relatório de atividades – PARTE I (RA 01). C. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	22/09 16:20 h – 18 h	A. Investigação ampla de mercado, análise SWOT e seleção de mercado-alvo. B. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	23/09 16:20 h – 18 h	A. Estratégia de marketing I – produto. B. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante

² 02h/aula = 02 horas aula com 50 minutos de duração.

Marketing na Odontologia 02h/aula	29/09 16:20 h – 18 h	A. Estratégia de marketing II – ponto B. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	30/09 16:20 h – 18 h	A. Estratégia de marketing III – promoção B. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	06/10 16:20 h – 18 h	A. Estratégia de marketing IV – preço. B. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	07/10 16:20 h – 18 h	A. Elaboração do relatório de atividades – PARTE II (RA 02). B. Docente disponível para esclarecimentos em ambiente virtual (<i>Web conferência de dúvidas</i>). C. Tipo de interação: assíncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	13/10 16:20 h – 18 h	A. apresentação do relatório de atividades – PARTE II (RA 02). B. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	14/10 16:20 h – 18 h	A. Elaboração do Pitch. B. Docente disponível para esclarecimentos em ambiente virtual (<i>Web conferência de dúvidas</i>). C. Tipo de interação: assíncrona.	Professor Cláudio José Amante
Marketing na Odontologia 02h/aula	20/10 16:20 h – 18 h	A. Apresentação do pitch B. Avaliação discente da disciplina. C. Tipo de interação: síncrona.	Professor Cláudio José Amante
Legislação, Finanças do consultório Odontológico. Recursos Humanos. Marketing na Odontologia. 02h/aula	21/10 16:20 h – 18 h	<ul style="list-style-type: none"> • Recuperação segundo a Resolução 017/CUn/97. • Tipo de interação: síncrona. • Entrega de notas no Departamento de Odontologia. • Término das atividades – mensagem de agradecimento. 	Professor Cláudio José Amante

DECLARAÇÃO**2018.2**

Nós alunos, regularmente matriculados na ODT 7015 Gestão e Marketing aplicado à Odontologia, do Departamento de Odontologia/CCS/UFSC, declaramos que recebemos o plano de ensino no primeiro dia de aula pelo professor Cláudio José Amante, bem como ele foi discutido e esclarecido. Também foi informado a todos os alunos que este plano de ensino da disciplina ficará à disposição dos interessados no respectivo Departamento de Odontologia e secretaria do Colegiado do Curso de Graduação em Odontologia, em conformidade com a Resolução nº 017/CUN/97 de 30 de setembro de 1997, que dispõe sobre o Regulamento dos Cursos de Graduação da UFSC.

NOME DO ALUNO	ASSINATURA	E-MAIL
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		
21.		