



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FICHA Nº1 (permanente)

Disciplina: Marketing Analytics		Código: SAOP32
Natureza: () obrigatória (x) optativa	Semestral (X) Anual () Modular ()	
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	
Modalidade: (x) Presencial () 100% EaD () Parcialmente EaD *C.H.		
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal: 4h	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	
	Laboratório (LB): 00	
	Campo (CP): 00	
	Estágio (ES): 00	
	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	
	Prática Específica (PE): 00	
Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00		
EMENTA		
Gestão da informação em marketing. Métricas de marketing. Coleta e análise de dados. Elaboração e visualização de relatórios. Uso de informações para tomada de decisões de marketing. Governança de dados.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)		
FARRIS, P.W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, P. E.; REIBSTEIN, D. J. Métricas de Marketing . Grupo A, 2013. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/		
SHARDA, R.; DELEN, D.; TURBAN, E. Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio. Grupo A, 2019. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605202/		
TURCHI, S. R. Estratégia de Marketing Digital e E-Commerce, 2ª edição. Grupo GEN, 2018. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597015409/		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)		
BARBIERI, C. Governança de dados . Editora Alta Books, 2020. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550815435/		
HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. Análise Multivariada de Dados . Porto Alegre: Grupo A, 2009.		
KNAFLIC, C. N. Storytelling com dados : Um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios. 2ª ed. Alta Books, 2019.		
MALHOTRA, N. K. Pesquisa de Marketing : uma orientação aplicada. 6ª ed. São Paulo: Bookman, 2012.		
SIEGEL, E. Predictive Analytics : The Power to Predict Who Will Click, Buy, Lie or Die. Revised and Updated Edition, Wiley, 2016.		
SUGESTÃO DE PROGRAMA		
1. Gestão da informação em marketing : Princípios e práticas		
2. Métricas de Marketing : Modelos de Mensuração em Marketing, Métricas de desempenho em marketing, construção de indicadores de marketing		
3. Planejamento de Marketing Analytics		
4. Coleta e rastreamento de informações : Aprendizado supervisionado e não supervisionado, Web Analytics e Social Media Analytics		
5. Elaboração e visualização de relatórios e dashboards : Marketing Intelligence e Data visualization		
6. Decisões de marketing orientada por dados .		
7. Governança de dados e Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) .		

COMPETÊNCIAS DE ACORDO COM PPC 2023

COMPETÊNCIAS HUMANAS (CH): comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito

- *Competência de comunicação profissional e interpessoal (CH1)*
- *Competência de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento constante de conhecimentos, habilidades e competências (CH8)*
- *Competência de autonomia de aprendizagem, decisão e ação (CH9)*

COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD): gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico

- *Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)*
- *Competência de reconhecer e desenvolver oportunidades de novos negócios, de novos mercados e de inovação de sistemas e processos (CAD6)*
- *Competência de contribuir para o aumento do conhecimento no campo da administração (CAD7)*
- *Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)*
- *Competência de reconhecer e aproveitar oportunidades de atuação organizacional na solução e aperfeiçoamento das condições sociais, econômicas e ambientais (CAD9)*

COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ): reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação

- *Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional (CLQ1)*
- *Competência de reconhecer e utilizar tecnologias de coleta e de análise de dados como apoio à tomada de decisão organizacional (CLQ2)*