



## PROGRAMA DA DISCIPLINA 2017.2

DISCIPLINA	CÓDIGO
MERCADOLOGIA II	ADM020

CARGA HORÁRIA	PRÉ-REQUISITOS	PROFESSOR
72 horas	--	Edvan Souza

### EMENTA

Conceitos, missão, tarefas. Sistemas de Marketing. Mercados e segmentação. Estratégias mercadológicas. Composto de Marketing: produto, preço, ponto de venda, promoção. Planejamento da estrutura mercadológica. Pesquisa de mercado. Plano de Ação de Marketing.

### OBJETIVOS

- Proporcionar um aprofundamento no conhecimento das técnicas mercadológica.
- Transmitir conhecimentos sobre as técnicas de pesquisa de mercado.
- Capacitar o futuro administrador para a gestão das atividades de marketing.

### METODOLOGIA

Aulas expositivas e análise do conteúdo, seminários, estudo de caso, textos, leitura dirigida realizada individualmente e em grupo, dinâmicas de grupo, visitas técnicas e análise de filmes temáticos. Em todas as atividades será privilegiada a participação dos alunos.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Sistema de informações de marketing
2. Pesquisa de Mercado
3. Planejamento de Marketing
4. Desenvolvimento de estratégias mercadológicas
5. Plano de Ação
6. Plano de Marketing

### AValiação

Três mecanismos de atribuição de notas.

Primeira Nota – Prova escrita individual

Segunda Nota – Trabalho em Grupo

Terceira Nota – Trabalho em grupo

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

COBRA, Marcos **Marketing Básico**. São Paulo: Atlas, 1990. Atlas. 4 ed. São Paulo, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: ed. Atlas, 1990.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing**. São Paulo: Atlas, 2005.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing: método execução e análise**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MCKENNA, Regis. **Estratégias de Marketing em tempos de crise**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

VASSOS, Tom. **Marketing Estratégico na Internet**. São Paulo: Makron Books, 1997.

KEEGAN, Warren J. **Princípios de Marketing Global**. São Paulo: Saraiva, 1999.