

UNIVERSIDADE DE CRUZ ALTA

Reconhecida pela portaria 1.704 de 03.12.1993 – D.O. de 06/12/1993

Recredenciada pela Portaria 711 de 08.08.2013 – D.O. de 09/08/2013

Pró-Reitoria de Graduação – Secretaria Acadêmica

CURSO: Administração
DISCIPLINA: **ADMINISTRAÇÃO MECADOLÓGICA I**
Créditos: 04

Período: 5º

Horas/aula: 60

OBJETIVOS:

- Conhecer os principais conceitos relacionados ao marketing;
- Entender a base conceitual para a formulação de estratégias de marketing e decisões relacionadas ao composto de marketing;
- Compreender as etapas do processo de administração estratégica de produtos e serviços;
- Vivenciar a coleta e análise de dados referentes a pesquisa de marketing

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- Conceitos centrais da função do marketing.
- Segmentação de mercado. Compostos de Marketing.
- Análise ambiental.
- Comportamento do Cliente.
- Comportamento Organizacional.
- Administração de Produto.
- Pesquisa de marketing. Marca.
- Estratégias mercadológicas.
- Plano de Marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHURCHILL, PETER; Gilbert, Paul. **Marketing**: criando valor para os clients. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao marketing**. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

McCarthy, E. Jerome; PERREAULT Jr; William. **Marketing essencial**: uma abordagem gerencial e global. São Paulo: Atlas, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DIAS, Sergio Roberto. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

PALMER, Adrian. **Introdução ao marketing**: teoria e prática. São Paulo: Ática, 2006.

