



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Sócio-Econômico
Departamento de Ciências da Administração

Programa de Ensino

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Instituição: Universidade Federal de Santa Catarina

Curso: Graduação em Administração

Disciplina: Administração de Marketing

Pré-requisito(s): Estatística Carga Horária: 72hs

Créditos: 04

2. EMENTA:

Fundamentos de marketing. Análise qualitativa e quantitativa do mercado consumidor. Estudo do composto mercadológico

3. OBJETIVO GERAL

Desenvolver conhecimentos e habilidades que possibilitem ao aluno compreender e solucionar problemas relacionados a área de administração de marketing.

4. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- I. Introdução: Definição, conceitos relacionados ao marketing, evolução, objetivos, abrangência, perfil do profissional;*
- II. Ambientes de Marketing: Interno e externo*
- III. Análise quantitativa: mensuração da demanda*
- IV. Análise do comportamento de compra: Consumidor e comprador Empresarial*
- V. Composto de Marketing: Produto, preço, distribuição e logística, comunicação integrada de marketing.*

5. BIBLIOGRAFIA

5.1 BÁSICA:

- KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. 10º ed. São Paulo: Atlas, 2000.
RICHERS, Raimar. *Marketing: uma visão brasileira*. São Paulo: Negócio Editora, 2000.
DIAS, Sergio R. (org) *Gestão de Marketing*. 1ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2003.

5.2 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- DIAS, S.R. et al.. *Marketing, Estratégia e Valor*. São Paulo, Saraiva, 2006.
GORDON, Ian. *Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre*. São Paulo: Futura, 1998.
URDAN, Flavio T. e URDAN, André T. *Gestão do Composto de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2006.
COBRA, Marcos H. N. *Administração de Marketing no Brasil*. 1ª edição. São Paulo: Cobra Editora, 2003.



BASTA, Darci et al. **Fundamentos de Marketin**. 7 ed. Rio de Janeiro: editora FGV, 2006.
FERRELL, O.C. & HARTLINE, m. d. **Estrategia de marketing**. Sao Paulo: Thomson, 2005.