



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
CAMPUS DE VILHENA DEPARTAMENTO  
DE ADMINISTRAÇÃO

**CURSO: ADMINISTRAÇÃO**  
**Habilitação: Bacharelado**

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
<i>MARKETING</i> Pré-requisito: Fundamentos de Marketing	80h	4
<p><b>EMENTA</b></p> <p>Desenvolvimento de estratégias e plano de <i>Marketing</i>: <i>Marketing</i> de valor para o cliente. Planejamento estratégico corporativo e de unidade de negócios. Planejamento do produto. Captura de oportunidades de mercado: Coleta e análise do ambiente de <i>Marketing</i>. Conexão com os clientes: satisfação, valor e fidelidade do cliente. <i>Marketing online</i>. Análise dos mercados consumidores e organizacionais. O consumidor de grupo social. Comportamento do consumidor. Desenvolvimento de marcas: criação de <i>Brand Equity</i>. Posicionamento da marca. Compreensão da concorrência. Desenvolvimento de ofertas: definição da estratégia do produto. Desenvolvimento e gerenciamento de serviços. Desenvolvimento e estratégias de preços. Gerenciamento de valor: projeto e gerenciamento de canais de valor. Gerenciamento de varejo, atacado e logística. Comunicação de valor: Gerenciamento da comunicação integrada de marketing; gerenciamento da comunicação de massa; marketing direto e vendas pessoais. Tendências mercadológicas: Novos mercados e produtos. <i>Marketing</i> e a responsabilidade social, mercado global, <i>Marketing</i> holístico. Utilização de TICs: Softwares de Simulação empresarial, Softwares de CRM.</p> <p><b>OBJETIVOS</b></p> <p>Compreender o sistema de <i>Marketing</i>, sua importância na adaptação das organizações e nas oportunidades de mercado.</p>		



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
CAMPUS DE VILHENA DEPARTAMENTO  
DE ADMINISTRAÇÃO

**BIBLIOGRAFIA**

**Básica:**

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 3 ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

ROCHA, Ângela da; FERREIRA, Jorge Brantes; SILVA, Jorge Ferreira da. **Administração de Marketing: conceitos, estratégias e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2012.

**Complementar:**

AJZENTAL, Aberto. **História do pensamento em Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2010.

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel F.; SAUNDERS, John A. **Estratégia de Marketing e posicionamento competitivo**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios do Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Always Learning, 2014.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: 11. ed. Bookman, 2016.

**Periódicos:**

Revista Brasileira e Marketing

Revista Interdisciplinar de Marketing – RIMAR

Amazônia, Organizações e Sustentabilidade (AOS)

Revista de Administração de empresas – RAE

Revista de Administração contemporânea - RAC