

FORMULÁRIO Nº 13 – <i>ESPECIFICAÇÃO DA DISCIPLINA/ATIVIDADE</i>		
CONTEÚDO DE ESTUDOS		
ADMINISTRAÇÃO		
NOME DA DISCIPLINA/ATIVIDADE	CÓDIGO	CRIAÇÃO (X) ALTERAÇÃO: NOME () CH ()
Gestão de Marketing e Vendas	STE00022	
DEPARTAMENTO/COORDENAÇÃO DE EXECUÇÃO: EMPREENDEDORISMO E GESTÃO		
CARGA HORÁRIA TOTAL: 60	TEÓRICA: 60	PRÁTICA: ESTÁGIO:
DISCIPLINA/ATIVIDADE: OBRIGATÓRIA (X)	OPTATIVA ()	AC ()
OBJETIVOS DA DISCIPLINA/ATIVIDADE:		
<p>Capacitar o aluno no processo de avaliação das decisões de marketing e vendas para micro, pequenas e médias empresas, além de habilitá-lo a utilizar das técnicas da gestão de marketing para organizações empresariais.</p>		
DESCRIÇÃO DA EMENTA:		
<p>O conceito de Marketing. Elementos do composto de marketing. Comportamento do Consumidor. Inteligência de Marketing. Segmentação de mercado. Posicionamento. Desenvolvimento da Proposta de Valor. Desenvolvimento do Mix de Marketing. Administração de Vendas.</p>		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA:		
<p>BRAVO, Alfredo; MEINBERG, Jose Luiz. Gestão Estratégica De Vendas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.</p> <p>KOTLER, P; Keller, L. Administração de Marketing - 14^a Edição, São Paulo: Editora Pearson, 2012</p> <p>ROCHA, Angela; FERREIRA, Jorge e SILVA, Jorge. Administração de Marketing: Conceitos, Estratégias e Aplicações. Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2012.</p>		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:		
<p>ADOLPHO, Conrado. Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.</p> <p>ASSEF, Roberto Neme. Gerência de preços: como ferramenta de marketing. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.</p> <p>BAKER, Michael J. (Org.). Administração de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.</p> <p>COBRA, Marcos. Administração de Vendas. Rio de Janeiro: Atlas Editora, 2014.</p> <p>COSTA, Evaldo. Como garantir três vendas extras por dia. Rio de Janeiro: Campus, 2005.</p> <p>DIAS, Sérgio Roberto. Gestão de marketing. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.</p> <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; SANTOS, Dilson Gabriel (Rev. téc.). Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>MATTAR, Fauze Najib,. Pesquisa de marketing. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>NOSÉ JUNIOR, Amadeu,. Marketing internacional: uma estratégia empresarial. São Paulo: Thomson, 2005.</p> <p>Rocha. Angela. Consumo na Base da Pirâmide - Estudos Brasileiros. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2009.</p>		

COORDENADOR

DATA 29/10/2012

CHEFE DE DEPTO/COORDENADOR

DATA 29/10/2012