# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

**Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997**

| | |
|---|---|
| **Ano** | **2025** |
| **Tp. Período** | **Primeiro semestre** |
| **Curso** | **ADMINISTRAÇÃO (010/I)** |
| **Disciplina** | **1105019 - MARKETING III** |
| **Turma** | **ADN-I** |
| **Local** | **IRATI** |

**Carga Horária:** **34**

# PLANO DE ENSINO

## EMENTA

Plano de Marketing. Marketing Digital e Mídias Sociais. Ética no Marketing. Marketing de Serviços: fatores que impulsionaram o setor de serviços. Características dos Serviços. Modelo dos Cinco Hiatos da Qualidade.

## I. Objetivos

Abordar o marketing em diferentes perspectivas, trabalhando os GAPS do marketing, o marketing de serviços e os aspectos éticos do marketing, buscando aguçar o sentido crítico dos alunos para com as atividades de marketing nas empresas.

## II. Programa

1. Plano de Marketing.
2. Marketing Digital e Mídias Sociais.
3. Ética no Marketing.
4. Marketing de Serviços: fatores que impulsionaram o setor de serviços.
5. Características dos Serviços.
6. Modelo dos Cinco Hiatos da Qualidade

## III. Metodologia de Ensino

- Aulas expositivas e dialogadas;
- Trabalhos em grupo;
- Leituras dirigidas;
- Recursos áudio-visuais (quadro negro, data-show, vídeos e internet);
- Estudos de caso.

## IV. Formas de Avaliação

- Elaboração de Artigos
- Trabalhos individuais e em grupo
- Atividades avaliativas presenciais.
- Recuperação: de forma continua, com resenha de artigo científico sobre tema abordado na disciplina, ou outra atividade relacionadas ao conteúdo trabalhado.

## V. Bibliografia

### Básica


- CHURCHILL Jr, G. A., DETER, J. P. Marketing criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva Uni, 3ª ed., 2013.
- DOLABELA, F. O segredo de Luísa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- Kotler, Philip; Kevin Lane Keller . Administração de marketing. 15. ed. São Paulo : Pearson Education do Brasil, 2018.
- Marangoni, Suzana. Marketing de serviços. Rio de Janeiro : SESES, 2015.


### Complementar


- COBRA, M. Administração de marketing no Brasil. São Paulo: GEN Atlas, 4ª. Ed., 2014.
- COBRA, M. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 5ª ed., 2017.
- DIAS, S. R. Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2ª. Ed., 2010.
- FITZSIMMONS, J. A; FITZSIMMONS, M. J. Administração de serviços: operações, es-tratégia e tecnologia da informação. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- GIANESI, I. G. N; CORRÊA, H. L. Administração Estratégica de Serviços: operações para a experiência e satisfação do cliente. 2ª ed. São Paulo: Atlas. 2018.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 15ª ed., 2015.
- LAS CASAS, A. L. Marketing: conceitos, exercícios, casos. São Paulo: Atlas, 9ª ed., 2017.


## APROVAÇÃO

| | |
|---|---|
| **Inspetoria:** | DEADM/I |
| **Tp. Documento:** | Ata Departamental |
| **Documento:** | 354 |

# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

**Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997**

| | |
|---|---|
| **Ano** | **2025** |
| **Tp. Período** | **Primeiro semestre** |
| **Curso** | **ADMINISTRAÇÃO (010/I)** |
| **Disciplina** | **1105019 - MARKETING III** |
| **Turma** | **ADN-I** |
| **Local** | **IRATI** |

**Carga Horária:** **34**

# PLANO DE ENSINO

**Data:** 11/06/2025