



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026
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;
- Metodologias ativas.

IV. Formas de Avaliação

- Trabalhos individuais e em grupo.
- Atividades avaliativas presenciais.
- Recuperação: prova escrita ao final do semestre, na qual a nota obtida substitui, se maior, a média de todas as avaliações/atividades anteriores.

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, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo : Pearson Education do Brasil, 2018.
- MARANGONI, S. 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: 367



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2026
Tp. Período	Primeiro semestre
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010/I)
Disciplina	1105019 - MARKETING III
Turma	ADN-I
Local	IRATI

Carga Horária: 34

PLANO DE ENSINO

Data: 08/04/2026