



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2024	
Tp. Período	Segundo semestre	
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010-P)	
Disciplina	5424 - FUNDAMENTOS DE MARKETING	Carga Horária: 34
Turma	ADN/P	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Introdução ao Marketing. Conceitos e definições de Marketing. Ambiente e função do Marketing. Sistema de Marketing. Gestão do Marketing Mix. Marketing (B2C, 1 to 1, B2B, P2P). Comportamento do Consumidor. Fundamentos e Estratégias do Marketing Digital.

I. Objetivos

Introdução ao Marketing. Conceitos e definições de Marketing. Ambiente e função do Marketing.

II. Programa

Sistema de Marketing. Gestão do Marketing Mix. Marketing (B2C, 1 to 1, B2B, P2P). Comportamento do Consumidor. Fundamentos e Estratégias do Marketing Digital.

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas, trabalhos, projetos, visitas técnicas e aulas em EAD conforme projeto pedagógico do curso.

IV. Formas de Avaliação

Trabalhos
Provas
Visitas Técnicas
Desenvolvimento de Projetos

V. Bibliografia

Básica

ERKOWITZ, E. N.; KERIN, R. A.; HARTLEY, S. W.; RUDELIUS, W. Marketing. 6. Ed. Vol. 1, LTC, Rio de Janeiro, 2003.
COBRA, M. Administração de marketing. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.
CHURCHILL, G. A. Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000.
DIAS, S. R. (coord.). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.
KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 9 ed. São Paulo: Printice Hall, 2004.
KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
MALHOTRA, N. K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 4ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
LAS CASAS, A. . Marketing: conceitos, exercícios e casos. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas, 1997.
KEEGAN, W. J. Princípios de marketing global. São Paulo: Saraiva, 2000.
URDAN, F. T. Gestão do Composto de Marketing. São Paulo: Atlas, 2011

Complementar

COSTA, A. R.; TALARICO, E. G. Marketing promocional: descobrindo os segredos do mercado. São Paulo: Atlas, 1996
SANDHUSEN, R. L. Marketing Básico. 2ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
MARINS FILHO, L. A. Marketing e vendas do século XXI. São Paulo, 1997

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 009
Data: 11/09/2024