

DISCIPLINA: Marketing	
Vigência: a partir de 2023 1	Período letivo: [conforme matriz]
Carga horária total: 60 h	Código: CAVG_Diren.038
CH Extensão:	CH Pesquisa:
CH Prática:	% EaD:
Ementa: Apresentação do conceito de marketing e do ambiente de marketing. Estudo da Segmentação e Posicionamento de Mercado. Apresentação do composto de Marketing: Os 4P's - produto, preço, praça e promoção. Busca da compreensão das estratégias de mercado e construção de marcas. Introdução ao marketing na economia digital.	

Conteúdos

UNIDADE I – Conceitos e Definições

- 1.1 Fundamentos de Marketing
 - 1.1.1 Principais conceitos em Marketing
 - 1.1.2 Elementos do Marketing
- 1.2 Orientações de Marketing
- 1.3 Ambiente de Marketing

UNIDADE II – Bases do Marketing Estratégico

- 2.1 Origens da Estratégia e Elaboração da Estratégia – Processo de planejamento estratégico]
- 2.2 Métodos de análise estratégica
- 2.3 Principais opções estratégicas das firmas agroindustriais
- 2.4 Composto de Marketing

UNIDADE III – Segmentação e Posicionamento

- 3.1 Segmentação de mercado
- 3.2 Posicionamento de mercado

UNIDADE IV – Novos Modelos para o Marketing

- 4.1 Tendências fundamentais moldando o Marketing
- 4.2 Novos Modelos para o Marketing na economia digital
- 4.3 Aplicações táticas de Marketing na economia digital

Bibliografia básica

- TELLES, Renato et al. **Fundamentos de Marketing:** conceitos básicos (COLEÇÃO DE MARKETING VOL 1). Porto Alegre: Editora Saraiva, 2. ed. 2010.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** São Paulo: Atlas, 1998, 5. ed.
- COBRA, Marcos. **Marketing Básico.** São Paulo: Atlas, 1997. 4 ed

Bibliografia complementar

- KOTLER, Philip. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2020.
- KOTLER, Philip. **Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

PENTEADO, J.; WHITAKER, R. **Marketing Best: Os Melhores Casos Brasileiros de Marketing**. São Paulo: Makron Books, 1999.

SKACEL, R.K. **Plano de Marketing: como prepará-lo: o que deve conter**. São Paulo: Nobel, 1992.

KOTLER, P. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.