
Disciplina: Marketing e Vendas	
Vigência: 2/2022	PERÍODO LETIVO: 2 semestre
Carga horária Total: 40h	Código:
1.1. Ementa: Administração, Marketing e Vendas. Evolução do marketing e suas funções. Aplicações do Marketing. Ambiente de Marketing. Mix de Marketing. Comportamento do Consumidor. Plano de Marketing.	

Conteúdos

UNIDADE I – Conceito de Marketing e suas aplicações

- 1.2. Administração, Marketing e Vendas
- 1.3. Conceitos básicos de Marketing e principais teóricos
- 1.4. Evolução do Marketing, tendências e aplicações
- 1.5. Ambiente de Marketing

UNIDADE II – Mix de Marketing

- 2.1. Produto
- 2.2. Preço
- 2.3. Ponto de Venda
- 2.4. Propaganda

UNIDADE III – Comportamento do Consumidor e sua relação com as vendas

- 3.1. O consumidor e suas inter-relações de consumo
- 3.2. Processos e papéis de compra
- 3.3 Fatores de influência no comportamento do consumidor: os fatores ambientais
- 3.4. Tendências do mercado consumidor

UNIDADE IV - Planejamento de Marketing

- 4.1 A importância do Planejamento
- 4.2 O Planejamento de Marketing: etapas
- 4.3. Plano de Marketing nas vendas

Bibliografia

AMBRÓSIO, Vicente. *Plano de Marketing, um roteiro para a ação*. São Paulo: Pearson Education, 2007

CHURCHILL, G. A.; PETER, P. *Marketing: criando valor para o cliente*. São Paulo: Saraiva. 2000.

GIGLIO, Ernesto M. **Comportamento do Consumidor**. 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice - Hall do Brasil, 2005.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. São Paulo: Atlas, 2009.

YANAZE, Mitsuro Higuchi. **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2007.
