



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

DISCIPLINA: Marketing	
Vigência: a partir de 2011/1	Período letivo: 2º semestre
Carga horária total: 60h	Código: CAVG_Diren.038
Ementa: Conceitos e definições. Ambiente de Marketing. Composto Mercadológico. Segmentação de mercado e posicionamento do mercado. Comportamento do consumidor. Pesquisa de Marketing.	

Conteúdos

UNIDADE I – Conceitos e Definições

- 1.1 Significado e principais conceitos em marketing
- 1.2 Orientações de marketing
- 1.3 Ambiente de marketing
- 1.4 Marketing em cooperativas

UNIDADE II – Segmentação e Posicionamento

- 2.1 Segmentações de mercado
- 2.2 Tipos de segmentação
- 2.3 Processos de segmentação.

UNIDADE III – Composto de Marketing

- 3.1 Composto e importância
- 3.2 Desenvolvimentos do composto
- 3.3 Produtos (ciclo de vida, embalagem, rótulo)
- 3.4 Preço
- 3.5 Distribuição
- 3.6 Promoção

UNIDADE IV – Comportamento do Consumidor

- 4.1 O processo de compra do consumidor
- 4.2 Variáveis
- 4.3 Tomada de decisão.

UNIDADE V – Pesquisa de Marketing

- 5.1 Papéis da informação
- 5.2 O processo de pesquisa
- 5.3 Novas tecnologias

Bibliografia básica

TELLES, Renato; *et al.* **Fundamentos de Marketing:** conceitos básicos. Coleção de Marketing. Vol. 1. 2. ed. Porto Alegre: Editora Saraiva, 2010.
KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
COBRA, Marcos. **Marketing Básico.** São Paulo: Atlas, 1997. 4 ed



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

Bibliografia complementar

FERRELL O. C.; *et al.* **Estratégia de marketing**. São Paulo: Atlas, 2000.
PENTEADO, J. Roberto Whitaker. **Marketing Best**: os melhores casos brasileiros de marketing. São Paulo: Makron Books, 1999.
KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Futura, 2000.
CASAS. Alexandre Luzzi Las. **Administração de Marketing** - Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
CASAS. Alexandre Luzzi Las. **Marketing**: conceitos, exercícios e casos. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.