



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: _____	COMPONENTE CURRICULAR: Fundamentos de Marketing	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: Faculdade de Gestão de Negócios		SIGLA: FAGEN
CH TOTAL TEÓRICA: 60	CH TOTAL PRÁTICA: 0	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

Apresentar ao discente, as questões da gestão de marketing: suas tarefas, principais conceitos e ferramentas para satisfazer aos clientes e atender aos objetivos organizacionais.

EMENTA

Definição e conceituação de marketing. Definição e conceituação de administração de marketing. Composto de marketing. O ambiente de marketing. Segmentação de mercado.

PROGRAMA

1. Definição e conceituação de marketing:
 - Escopo de marketing;
 - Orientações da empresa para o mercado.
2. Definição e conceituação de administração de marketing:
 - Tendências e tarefas de marketing.
3. Composto de marketing:
 - Produto;
 - Preço;
 - Promoção;
 - Praça.
4. O ambiente de marketing:
 - Macroambiente.
5. Segmentação de mercado:

- Níveis de segmentação;
- Bases para segmentação de mercado;
- Seleção do mercado-alvo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. (trad. Sônia Midori Yamamoto). São Paulo: Pearson, 2012

BOONE, Louis E. & KURTZ. **Marketing Contemporâneo**. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1998.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9 ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998 (1 copia MON); 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COBRA, Marcos Henrique Nogueira. **Marketing básico: uma abordagem brasileira**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

DUAILIBI, Roberto; SIMONSEN JR., Harry. **Criatividade e Marketing**. São Paulo: Abril: McGraw-Hill, 1990.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9 ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998. (1 copia MON) 2003.

McCARTHY, E. Jerome & PERREAULT, Jr. William D. **Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global**. São Paulo: Atlas, 1997.

NICKELS, William G. & WOOD, Marian B. **Marketing – relacionamentos, qualidade, valor**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1999.

APROVAÇÃO

____ / ____ / ____

Carimbo e assinatura do Coordenador do
Curso

____ / ____ / ____

Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
(que oferece o componente curricular)