



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

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

1. **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.

2. **EMENTA**

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

3. **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.

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHURCHILL, Gilbert A. **Marketing: criando valor para os clientes**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2013.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Elsevier, 2009.

FERREL, O. C. **Estratégia de marketing**. Cengage Learning, 2010.

HOOLEY, Graham J. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Prentice Hall, 2011.

PETER, J. Paul. **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.

URDAN, André Torres. **Marketing estratégico no Brasil: teoria e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2010.

6. APROVAÇÃO

Cristiane Pereira de Alcântara
Coordenadora do Curso de Graduação em Design

Cintia Rodrigues de Oliveira
Diretora da Faculdade de Gestão e Negócios



Documento assinado eletronicamente por **Cíntia Rodrigues de Oliveira, Diretor(a)**, em 23/05/2022, às 10:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Cristiane Pereira de Alcântara, Coordenador(a)**, em 24/05/2022, às 15:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3608341** e o código CRC **7E984801**.