



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN



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	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

- Definição e conceituação de marketing:
 - Escopo de marketing;
 - Orientações da empresa para o mercado.
- Definição e conceituação de administração de marketing:
 - Tendências e tarefas de marketing.
- Composto de marketing:
 - Produto;
 - Preço;
 - Promoção;
 - Praça.
- O ambiente de marketing:
 - Macroambiente.
- Segmentação de mercado:
 - Níveis de segmentação;
 - Bases para segmentação de mercado;
 - Seleção do mercado-alvo.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN



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.

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.

APROVAÇÃO

____/____/____

Coordenadora do Curso de Design
Portaria nº 1816/2021

____/____/____

Diretora da FAGEN
Portaria nº 348/2021