

**Fundamentos de Marketing / Período: 1**

Professor: Rômulo Oliveira Chaves (Mestre )

CH: 80h

**Ementa:**

Introdução ao Marketing. Conceito de marketing. Escopo de aplicação do Marketing. Comportamento do consumidor. Análise de mercados. Dimensionamento de Mercados. Segmentação e posicionamento. Definição de Público Alvo.

**Metodologia:**

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

**Recursos Didáticos:**

Livro didático;  
Vídeo aula;  
Fóruns;  
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);  
Experimentos em laboratório virtual;  
Biblioteca virtual;  
Atividades em campo.

**Conteúdo Programático:**

**INTRODUÇÃO AO MARKETING E SEU COMPOSTO**

O QUE É MARKETING?

COMPOSTO DE MARKETING: PREÇO, PRAÇA, PRODUTO E PROMOÇÃO

**AMBIENTE DE MARKETING**

ANÁLISE SWOT

**PESQUISA E PLANEJAMENTO DE MARKETING**

PESQUISA DE MARKETING

PLANO DE MARKETING

**MARKETING DE RELACIONAMENTO**

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR, SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO**

**MARCA**

**Sistema de Avaliação:**

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

Fórum de Discussão Avaliativo: 10%

Estudo Dirigido: 10%

Avaliação Parcial I : 15%

Avaliação Parcial II : 15%

Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a **Avaliação Suplementar** com as seguintes características:

Todo o conteúdo da disciplina. Valor: 100 pontos

Pré-requisito: Resultado Final  $\geq 20$  e  $< 60$

Regra:  $(\text{Resultado Final} + \text{Nota Prova Suplementar}) / 2$

Média final para Aprovação:  $\geq 60$  pontos

**Bibliografia Principal:**

CHURCHILL JR., Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/582054?title=MARKETING>. Acesso em: 27 abr. 2023.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Loader/168126/pdf/23>. Acesso em: 27 abr. 2023. 7exs. - 658.802/K87a.PrPETER, J. Paul; DONNELLY JR.; James H. Introdução ao marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/581561?title=Introdu%C3%A7%C3%A3o%20ao%20Marketing>. Acesso em: 27 abr. 2023.

em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/581561?title=Introdu%C3%A7%C3%A3o%20ao%20Marketing>. Acesso em: 27 abr. 2023.

**Bibliografia Complementar:**

CALDER, Bobby J.; TYBOUT, Alice M. (org.). Marketing. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502213623/pages/recent>. Acesso em: 27 abr. 2023.

GIOIA, Ricardo M. (coord.). Fundamentos de marketing: conceitos básicos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. (Coleção de Marketing, v.1). Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502205741/pages/recent>. Acesso em: 27 abr. 2023.

MCDANIEL, Carl; GATES, Roger. Fundamentos de pesquisa de marketing. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2373-1/recent>. Acesso em: 27 abr. 2023.

ZENONE, Luiz Claudio. Fundamentos de marketing de relacionamento: fidelização de clientes e pós-venda. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597013764/pages/recent>. Acesso em: 27 abr. 2023.

ZENONE, Luiz Claudio. Marketing: conceitos, ideias e tendências. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522476428/pages/recent>. Acesso em: 27 abr. 2023.

Por ser verdade, firmo o presente documento.

Ipatinga/MG - 03 de Julho de 2025

Thyciane Alves Gonçalves Freitas  
Secretária Acadêmica