

Marketing Estratégico / Período: 2

Professor: Marquione Gomes da Silva (Especialista)

CH: 80h

Ementa:

Dinâmica Competitiva de Mercado. O Composto de Marketing. Produto. Preço. Canais de Distribuição/Ponto de Venda. Promoção. Ferramentas do composto promocional. Marketing integrado e modelos de negócio. Gestão de Novos Produtos. Mercado organizacional. Mercado consumidor. Mercado pessoal. A era do relacionamento.

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:**ORIENTAÇÃO DA EMPRESA PARA O MERCADO**

Gestão Estratégica E Sua Importância
O Ambiente De Marketing: Macroambiente E Microambiente
O Processo De Planejamento De Marketing

O COMPOSTO DE MARKETING - PARTE 1

O Composto De Marketing Ou Os 4 Ps De Marketing
Produto
Preço

O COMPOSTO DE MARKETING - PARTE 2

Promoção
Praça
Dos 4Ps Ao 4Cs e 4s

COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

Comunicação
Comunicação Integrada
Propaganda
Publicidade

GESTÃO DE NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS

Modelo De Negócio
Novos Modelos De Negócio
Transformação Digital E Novos Modelos De Negócio

REVISITANDO O CONCEITO DE CULTURA

Mercado Organizacional (B2b)
Mercado Consumidor (B2C)
Mercado Pessoal ou Comércio Eletrônico (C2C)

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 ≥ 20 e < 60

Regra: (Resultado Final + Nota Prova Suplementar) / 2

Média final para Aprovação: ≥ 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://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502183605/pages/recent>. Acesso em: 02 maio 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.Pr

PETER, J. Paul; DONNELLY JR.; James H. Introdução ao marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502205598/pages/recent>. Acesso em: 02 maio 2023.

Bibliografia Complementar:

CALDER, Bobby J.; TYBOUT, Alice M. (org.). Marketing. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://bibliotecadigital.saraivaeducacao.com.br/epub/581176?title=Marketing>. Acesso em: 02 maio 2023.

GIÓIA, 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: 02 maio 2023.

MCDANIEL, Carl; GATES, Roger. Fundamentos de pesquisa de marketing. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-2373-1/pages/recent>. Acesso em: 02 maio 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: 02 maio 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: 02 maio 2023.

Por ser verdade, firmo o presente documento.
Ipatinga/MG - 03 de Julho de 2025



Thyciane Alvieira Gonsalves Freitas
Secretária Acadêmica