



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

☒ Disciplina
☐ Atividade complementar
☐ Monografia

☐ Estágio
☐ Prática de ensino
☐ Módulo

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

☒ OBRIGATÓRIO

☐ ELETIVO

☐ OPTATIVO

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária Semanal		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
ADMT0019	Administração de Marketing I	60	-	04	60	6º.

Pré-requisitos	-	Co-Requisitos	-	Requisitos C.H.	-
----------------	---	---------------	---	-----------------	---

EMENTA

A natureza do marketing. O Ambiente de Marketing. Composto de Marketing (marketing-mix). Pesquisa de Marketing e o Sistema de Informação de Marketing. Comportamento do Consumidor. Descrição e Segmentação de Mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Natureza do Marketing
O Ambiente de Marketing
O composto de Marketing (marketing-mix)
Pesquisa de Marketing
SIM – Sistema de Informação de Marketing
Comportamento do Consumidor
Descrição e segmentação do Mercado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HOOLEY, Graham J. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3ª. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005. 464p. (21)
HUTT, Michael D.; SPECH, Thomas W. ..B2B:gestão de marketing em mercados industriais e organizacionais .7ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 593p. (11)
[KOTLER, Phillips](#). Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10ª. Ed. São Paulo: Prentice – Hall, 2000. 470p. (20)
[KOTLER, Phillips](#). [KELLER, Kevin Lare](#); Administração de Marketing. 12ª. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750p. (15)
SALOMON, Michael R. Comportamento do Consumidor : comprando, possuindo e sendo. 5ª. Ed. Porto Alegre : Bookman,2002. 446p. (15)
SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marcos Aurélio. Comportamento do Consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005. 267p. (7)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

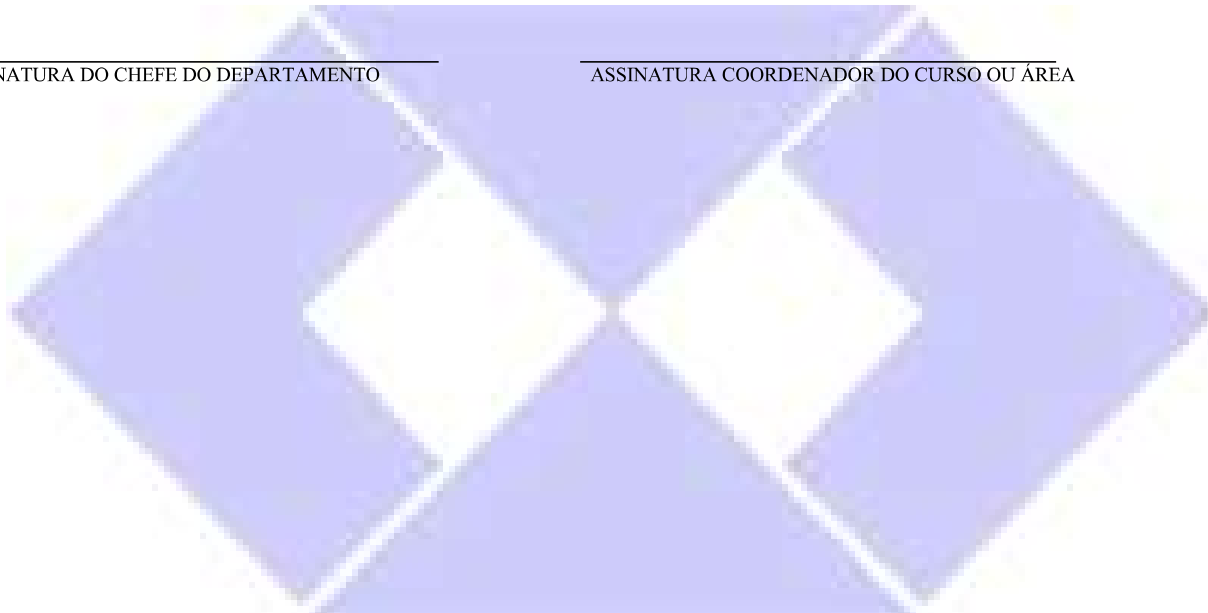
BEKIN, Saul Faingaus. Endomarketing: como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 186p. (8)
KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Márcia. M-Business: tecnologia móvel e estratégia de negócio. Porto Alegre: Bookman, 2002. 249p. (13)
KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Márcia. e-Business: estratégia para alcançar o sucesso no mundo digital. 2ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 470p. (10)
SALOMON, Michael R. Comportamento do Consumidor : comprando, possuindo e sendo. 75ª. Ed. Porto Alegre : Bookman, 2008. 680p. (10)

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

SSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA





Emitido em 13/07/2020

EMENTA Nº 225/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 15/07/2020 20:41)

MARCONI FREITAS DA COSTA

COORDENADOR DE GRADUACAO

1639834

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
225, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **15/07/2020** e o código de verificação: **79521da8f9**