


Ficha 1 (permanente)

Disciplina: PLANEJAMENTO DE MARKETING						Código: OC159	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa			(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: INTRODUÇÃO AO MARKETING		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 30	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
<p>EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>Composto de marketing, ambiente de marketing e planejamento. Produtos e serviços e suas características. Precificação. Distribuição e logística. Promoção e mix de comunicação de marketing. Marketing e o universo digital. Tendências da comunicação de marketing e a construção de marcas. Branding.</p>							
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p> <p>Assinatura:</p> 							

*OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. São Paulo: Parma, 1995 - 2004.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1974 - 2005.

SHIMP, T. A. Propaganda e Promoção. Porto Alegre: Bookman, 2003

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FERRARI, Flávio. Planejamento e Atendimento. São Paulo: Loyola, 1997

HILLER, Marcos. Branding - a arte de construir marcas. Trevisan, 2012.

PORTER, Michael E. Competição: Estratégias Competitivas Essenciais. Ed. Campus