



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Socioeconômico – CSE
Departamento de Ciências da Administração – Fone/Fax: 3721-6618
CEP: 88.010-970 – Florianópolis – Santa Catarina

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Curso: Ciências da Administração

Código/Disciplina: Administração de Marketing

Pré-requisito(s): CAD7002/SPO7003

Professor: Cristiano Tolfo

e-mail: cristiano.tolfo@ufsc.br

Carga horária semestral: 72h/a

Créditos: 04

Horários: Qui. 10:10/Sex. 10:10

Período/Fase: 5^a

Ano/semestre: 2023/1

2. EMENTA:

Fundamentos de marketing. Análise qualitativa e quantitativa do mercado consumidor. Estudo do composto mercadológico.

3. OBJETIVOS DA DISCIPLINA:

Objetivo geral:

O propósito da disciplina é desenvolver conceitos e habilidades que ajudarão o aluno a compreender e solucionar problemas relacionados ao marketing.

Objetivos Específicos:

1. Compreender os conceitos desta dinâmica área de conhecimento da Administração;
2. Conhecer o papel de atuação do Administrador de Marketing;
3. Verificar a importância dos elementos externos a organização para o processo de planejamento mercadológico;
4. Identificar os elementos do Composto Mercadológico;
5. Desenvolver a análise crítica dos processos e relações mercadológicas.
6. Desenvolver habilidades pessoais e acadêmicas:
 - a. de leitura, análise e síntese de textos, artigos, livros
 - b. de arguição e argumentação de pontos de vista
 - i. nos debates em aula
 - ii. na apresentação e discussão de seminários
 - c. de negociação
 - i. na produção de trabalhos em equipe
 - d. de comportamento e liderança em trabalho em equipe

- i. durante a execução de trabalhos
- e. de desenvolver um estudo de caso
 - i. para contextualizar e exemplificar um tema
- f. de investigar uma situação real, analisar e propor soluções
 - i. na realização da pesquisa de campo
- g. de planejamento e organização de etapas, cronogramas e prazos de trabalho
 - i. na elaboração dos trabalhos individuais e em equipe
- i. de apresentar temas
 - i. para divulgar suas pesquisas.

4. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE 1 - Introdução à Administração de Marketing

- Histórico do Marketing
- Importância do Marketing
- Conceitos aplicados ao Marketing
- Orientações do Marketing
- Tarefas da Administração de Marketing
- Miopia em Marketing
- Administração de Marketing no Brasil
- Modelo dos “4 As”

UNIDADE 2 – O Ambiente de Marketing

- Macroambiente
- Microambiente
- Ambiente Interno
- Sistema de Informação de Marketing
- Previsão e mensuração da demanda
- Comportamento do consumidor
- Processo de compra organizacional

UNIDADE 3 – Composto Mercadológico

- O que é o Composto de Marketing
- Oferta de Valor (Produto, Serviços, Marca)
- Preço
- Canais de Distribuição
- Comunicação Integrada de Marketing
- Propaganda e Promoção de Vendas
- Relações Públicas e Publicidade
- Marketing Digital
- Administração da Força de Venda
- Marketing de Relacionamento
- Ética em Marketing

5. METODOLOGIA (ESTRATÉGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM):

Para o alcance dos objetivos da disciplina, serão utilizadas estratégias de aprendizagem, conforme detalhamento a seguir:

- Aulas expositivas e com debates
- Discussões e debates de textos e filmes;
- Leituras de textos, capítulos de livros, artigos;
- Desenvolvimento e apresentação de pesquisas
- Resolução de estudos de caso
- Provas
- Palestras.

6. SISTEMA DE AVALIAÇÃO:

- **Teste 1** (Avaliação será realizada em 3 partes facilitando o processo de mensuração de desempenho do aluno, não sobrecarregando-o, relacionado aos Estudos iniciais da disciplina – estão relacionadas às Leituras de textos indicados que visam instrumentar o aluno a poder participar dos debates posteriores de cada conteúdo – $10\% \times 3 = 30\%$)
- **Teste 2** (Avaliação será realizada em 2 partes facilitando o processo de mensuração de desempenho do aluno, não sobrecarregando-o, relacionado aos Temas da disciplina = $15\% \times 2 = 30\%$)
- Elaboração e Apresentação de Seminários sobre Temas da Disciplina (Slides, apresentação e Estudo de Caso (20%)
- Realização de uma Pesquisa de Campo (10%)
- Realização de todas as ATIVIDADES da Disciplina (Resolução de exercícios, estudos de caso, etc) (10%)

Observações:

1. As datas das provas e atividades acima constam no Cronograma de Aulas.
2. Será atribuída nota 0 (zero) ao(a) estudante que não entregar/realizar as provas ou atividades no prazo estabelecido.
3. Será considerado aprovado o(a) estudante que apresentar ao final do semestre frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) e média final igual ou superior a 6,0 (seis vírgula zero).
4. O aluno que ao final do semestre obtiver média final entre 3,0 (três vírgula zero) e 5,5 (cinco vírgula cinco) terá direito a realizar uma Prova de Recuperação.
5. O aluno, que por motivo de força maior e plenamente justificado, deixar de realizar as provas previstas no Plano de Ensino, deverá formalizar pedido de avaliação à Chefia do Departamento de Ciências da Administração, dentro do prazo de 3 (três) dias úteis, e tendo o pedido deferido fará uma prova de 2ª chamada em data previamente agendada conforme o Cronograma de Aulas.

7. ATENDIMENTO:

Será realizado presencialmente ou por videochamada, mediante agendamento prévio pelo seguinte endereço eletrônico: cristiano.tolfo@ufsc.br

8. BIBLIOGRAFIA:

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de marketing**. São Paulo. Pearson Education, 14. ed. 2012. - Disponível na internet.
- RICHERS, Raimar. **Marketing: uma visão brasileira**. São Paulo: Negócio Editora, 2000.
- LEVITT, Theodore. **Miopia em marketing** - Harvard Business Review – jul/ago/1960 –
• Disponível na internet.
- FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. **Estratégia de marketing**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- DIAS; Sérgio Roberto (coord.) **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- PLATT, Allan; ROCHA, Rudimar. **Administração de Marketing**. – 3. ed. – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2015. Disponibilizado pelo professor no moodle.

Observação 1: Além dessa bibliografia o professor poderá indicar sites, filmes, músicas e reportagens referentes ao conteúdo da disciplina.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante** / Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 5.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira** São Paulo: Atlas, 2006.

CHURCHILL, G.A. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2000.



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Socioeconômico – CSE
Departamento de Ciências da Administração – Fone/Fax: 3721-6618
CEP: 88.010-970 – Florianópolis – Santa Catarina

CRONOGRAMA DE AULAS

	5a. Feira	6a. Feira	Conteúdo	Método
1	09/mar		Diagnóstico da turma. Apresentação da Disciplina e do Plano de Ensino	Aula expositiva e dialogada
2		10/mar	Introdução ao Marketing. Conceitos aplicados ao Marketing. Orientações do Marketing. Tarefas da Administração de Marketing. Discussão sobre os trabalhos da disciplina	Aula expositiva e dialogada
3	16/mar		Discussão sobre os trabalhos da disciplina. Visão geral sobre o Cap. 1 - Kotler e Keller	Aula expositiva e dialogada
4		17/mar	Visão geral sobre o Cap. 1 - Kotler e Keller	Aula expositiva e dialogada
5	23/mar		Feriado municipal	Aula expositiva e dialogada
6		24/mar	Cap. 1 - Kotler e Keller - Atividade do capítulo (Teste 1 - 1a. parte)	Avaliação de Leitura + Estudo Dirigido
7	30/mar		Orientações para a elaboração dos trabalhos. Miopia em marketing (Visão geral sobre o Artigo Theodore Levitt)	Aula expositiva e dialogada
8		31/mar	Artigo Theodore Levitt - Atividade do capítulo (Teste 1 - 2a. parte e atividade em equipe)	Avaliação de Leitura + Estudo Dirigido
9	06/abr		Orientações para a elaboração dos trabalhos. Administração do Marketing no Brasil (Visão Geral sobre os Caps 1 e 8 Raimar Richers)	Aula expositiva e dialogada + debate
10		07/abr	Feriado nacional	
11	13/abr		Orientações para a elaboração dos trabalhos. Os 4As do Marketing (Visão Geral sobre os Caps 1 e 8 Raimar Richers)	Aula expositiva e dialogada



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Socioeconômico – CSE
Departamento de Ciências da Administração – Fone/Fax: 3721-6618
CEP: 88.010-970 – Florianópolis – Santa Catarina

12		14/abr	Caps. 1 e 8 Raimar Richers - Atividade do capítulo (Teste 1 -3a. parte)	Avaliação
13	20/abr		Debate dos 2 capítulos de Raimar Richers. Orientações para a elaboração dos trabalhos.	Aula expositiva e dialogada
14		21/abr	Feriado nacional	
15	27/abr		Análise do Ambiente de Marketing	Aula expositiva e dialogada
16		28/abr	Palestra sobre temas relacionados ao marketing	Palestra
17	04/mai		Sistema de Informação de Marketing / Ferramentas de Marketing Digital / Big Data	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
18		05/mai	Comportamento do Consumidor / Processo de Compra Organizacional	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
19	11/mai		Gestão do Produto e da Marca	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
20		12/mai	Gestão de Serviços – Marketing de serviços	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
21	18/mai		Segmentação e Posicionamento	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
22		19/mai	Revisão para Avaliação e Diretrizes da Pesquisa de Campo	Aula expositiva e dialogada
23	25/mai		Teste 2 - 1a. Parte	Avaliação
24		26/mai	Canais de Distribuição – Logística, Atacado e Varejo Gestão de Preço	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
25	01/jun		Palestra sobre temas relacionados ao marketing	Palestra
26		02/jun	Gestão de Preço. Discussão sobre o - Filme "The Joneses"	Aula expositiva + debate e Apresentações em Seminário
27	08/jun		Feriado Nacional	



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Socioeconômico – CSE
Departamento de Ciências da Administração – Fone/Fax: 3721-6618
CEP: 88.010-970 – Florianópolis – Santa Catarina

28		09/jun	Comunicação Integrada de Marketing e Comunicação de Massa / Comunicações Pessoais / Gestão de Vendas	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
29	15/jun		Marketing de Relacionamento / Ética em Marketing	Aula expositiva e dialogada e Apresentações em Seminário
30		16/jun	Apresentação da Atividade "Os 4 Ps na empresa"	Apresentação de trabalhos
31	22/jun		Apresentação da Atividade "Os 4 Ps na empresa"	Apresentação de trabalhos
32		23/jun	Revisão para Avaliação	Aula expositiva e dialogada
33	29/jun		Teste 2 - 2a. Parte	Avaliação
34		30/jun	Divulgação das Notas	Apresentação de Desempenho
35	06/jul		Revisão para prova de Recuperação	Aula expositiva e dialogada
36		07/jul	Prova de Recuperação. Divulgação das notas	Avaliação

As oito aulas que faltam para completar as 18 semanas serão ocupadas com atividades extraclasse.

**Trata-se de um plano, o qual poderá ser alterado a critério do professor.*