



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
PROGRAMA DE DISCIPLINA

DEPARTAMENTO:

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA:

CÓDIGO	NOME	(T-P)
SIN1016	MARKETING	(4-0)

OBJETIVOS - ao término da disciplina o aluno deverá ser capaz de :

Entender marketing como filosofia empresarial, justificando a razão de sua importância na estratégia da empresa de hoje. Conhecer os elementos formadores do sistema de marketing e das diferentes etapas que devem ser seguidas para operacionalizá-lo. Identificar os diferentes tipos de mercado, compreender o comportamento de compra de cada um deles e dominar as técnicas de mensuração de demanda. Dominar os conteúdos relativos a produto-serviço.

PROGRAMA:

TÍTULO E DISCRIMINAÇÃO DAS UNIDADES

UNIDADE 1 - CONCEITUAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

1.1 - Conceituações de marketing.

1.2 - Sistema de marketing.

1.2.1 - Variáveis externas à empresa.

1.2.2 - Variáveis internas.

1.3 - Operacionalização do Sistema de Marketing: marketing estratégico.

1.3.1 - Análise das oportunidades de mercado.

1.3.2 - Missão e objetivos da empresa.

1.3.3 - Elementos constituintes da estratégia de marketing.

1.3.4 - Formulação de planos.

1.3.5 - Implementação e controle.

UNIDADE 2 - ANÁLISE DAS OPORTUNIDADES DE MERCADO

3.2 - Serviços.

3.2.1 - Natureza e classificação.

3.2.2 - Características dos serviços.

3.2.3 - Estratégias de Marketing para empresa de serviços.

Data: ___/___/___

Data: ___/___/___

Coordenador do Curso

Chefe do Departamento