

## Administração de Marketing

<b>Nome do Componente Curricular:</b> Administração de Marketing	
<b>Carga Horária:</b> 67 horas	04 horas aulas semanais
<b>EMENTA</b>  Evolução, conceito e importância do Marketing. Orientações da empresa. Análise de mercados, segmentação e posicionamento. O planejamento estratégico do Marketing. Administração do Mix de Marketing. Marketing de Serviços. Marketing Social.	
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b>  COBRA, M. <b>Administração de Marketing no Brasil</b> . 3. ed. São Paulo: Campus, 2009.  KOTLER, Philip. <b>Administração de Marketing</b> . 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.  LAS CASAS, A. L. <b>Administração de Marketing: Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira</b> . São Paulo: Atlas, 2013.	
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>  BERNARDINO, Eliane de C. et al. <b>Marketing de varejo</b> . 4. ed. São Paulo: FGV, 2011.  KOTLER, Philip, ARMISTRONG, Gary. <b>Princípios de Marketing</b> . 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2007.  LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <b>Marketing de Varejo</b> . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013.  _____. <b>Plano de marketing para micro e pequena empresa</b> . 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.  LUPETTI, Marcelia. <b>Gestão estratégica da comunicação mercadológica</b> . 2. ed. Cengage Learning, 2012.	