



## Ficha 1 (permanente)

Disciplina: <b>Marketing</b>						Código: <b>GQ 021</b>	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória ( ) Optativa <input checked="" type="checkbox"/> Semestral ( ) Anual ( ) Modular						<b>Versão 2022</b>	
Pré-requisito: não há		Co-requisito: não há		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial ( ) Totalmente EaD ( ) ... EaD			
CH Total: <b>30</b> CH semanal: <b>02</b>	Padrão (PD): <b>30</b>		Laboratório (LB): <b>0</b>	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0		Extensão (EXT): <b>0</b>	Prática Como Componente Curricular (PCC): 0			
<b>EMENTA (Unidade Didática)</b>							
A orientação mercadológica e suas implicações em um ambiente sistêmico. Os segmentos de mercado e seus comportamentos. O composto mercadológico. O Marketing e a Qualidade.							
Professor da disciplina: <b>Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maura Regina Franco</b>							
Coordenadora do Curso: <b>Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carla Regina Mazia Rosa</b>							
Vice-coordenador do Curso: <b>Prof. Dr. Arnaud Bonduelle</b>							
Data: <b>24/05/2021</b>							

Código e Nome da(s) disciplina(s) dos outros cursos do SEPT correspondente(s):

- TCI122 – Marketing
- NI112 – Marketing Imobiliário

## Anexo à Ficha 1

Disciplina: <b>Marketing</b>	Código: <b>GQ 021</b>
------------------------------	-----------------------

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. COBRA, Marcos. **Marketing Básico: uma perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2017.
2. KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson, 2013.
3. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. SANTOS, Wandressa Puga dos; LISBOA, Wellington Teixeira. **As multifaces da "geração Z" e suas dinâmicas de consumo**. São Paulo: Pleiade, 2016.
2. REICHERT, Valesca Persch. **Fundamentos de Marketing**. Curitiba: InterSaberes, 2013.
3. TROIANO, Jaime. **Brand intelligence: construindo marcas que fortalecem empresas e movimentam a economia**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
4. FRANCO, Maura Regina. **Marketing e Vendas**. Curitiba: UFPR/ITDE, 2006.
5. HOFFMAN, Jhon. E. G.; BATESON, K. Douglas. **Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, estratégias e casos**. Cengage Learning Brasil, 2016.