



Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Marketing						Código: GQ 021	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória () Optativa				<input checked="" type="checkbox"/> Semestral () Anual () Modular		Versão 2022	
Pré-requisito: não há		Co-requisito: não há		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial () Totalmente EaD () ... EaD			
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 30		Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0		Extensão (EXT): 0	Prática Como Componente Curricular (PCC): 0			
EMENTA (Unidade Didática)							
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: Prof.^a Dr.^a Maura Regina Franco							
Coordenadora do Curso: Prof.^a Dr.^a Carla Regina Mazia Rosa							
Vice-coordenador do Curso: Prof. Dr. Arnaud Bonduelle							
Data: 24/05/2021							

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

- TCI122 – Marketing
- NI112 – Marketing Imobiliário

Anexo à Ficha 1

Disciplina: **Marketing**

Código: **GQ 021**

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.