



# UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Faculdade de Administração e Finanças

Departamento de Ciências Contábeis

DISCIPLINA: **Técnica Comercial**

CARGA HORÁRIA: **60h**

CÓDIGO: **FAF 221-7**

CRÉDITOS: **04**

PERÍODO: **3º**

CURSO: **CON/ADM**

PRÉ-REQUISITO:

## PROGRAMA DA DISCIPLINA

I

### Funções Mercadológicas

- Conceito
- Classificação
- Funções de Transferência de Posse
- Funções de Suprimento Físico
- Funções Suplementares

II

### Sistema Mercadológico

- Inter-relação entre componentes

III

### Mercado

- Conceitos
- Tipos de Mercado

LIVRO-TEXTO:

1) Marketing Básico

Cobra, Marcos

Ed. Atlas - SP

2) Administração de Vendas

Cobra, Marcos

Ed. Atlas - SP

DATA \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

ASSINATURAS:

\_\_\_\_\_  
Professor

\_\_\_\_\_  
Chefe do Dept.

\_\_\_\_\_  
Diretor da Unidade

IV	<p><b><u>Classificação de Bens</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceito</li> <li>- Bens de Consumo</li> <li>- Bens Industriais</li> <li>- Bens de Serviço</li> </ul>
V	<p><b><u>Funções Básicas do Marketing</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesquisa de Mercado</li> <li>- Planejamento de Produto</li> <li>- Propaganda e Promoção de Vendas</li> <li>- Vendas</li> <li>- Assistência aos Produtos</li> <li>- Serviços Administrativos de Marketing</li> <li>- Desenvolvimento do Pessoal de Marketing</li> </ul>
VI	<p><b><u>Variáveis</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variáveis Mercadológicas</li> <li>- Variáveis Econômicas</li> <li>- Variáveis Psicológicas</li> <li>- Variáveis Sociológicas</li> <li>- Variáveis Culturais</li> <li>- Variáveis Religiosas</li> <li>- Variáveis Antropológicas</li> <li>- Variáveis Políticas</li> <li>- Variáveis Demográficas</li> </ul>
VII	<p><b><u>Administração de Vendas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Avaliação Quantitativa do Mercado</li> <li>- Avaliação de Riscos</li> <li>- Potencial de Mercado</li> <li>- Potencial de Vendas</li> <li>- Segmentação de Mercado</li> <li>- Previsão de Vendas</li> <li>- Análise do Comportamento de Vendas</li> <li>- Estudos de Mercado</li> </ul>

VIII	<p><b><u>Composto de Informações</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceituação</li> <li>- Previsão de Vendas</li> <li>- Estatísticas Empresariais</li> <li>- Contabilidade</li> <li>- Pesquisa Operacional</li> </ul>
IX	<p><b><u>Índices Principais do Processo de Comercialização</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Custos dos Produtos Vendidos em relação a Vendas Líquidas</li> <li>- Lucro Operacional Bruto em relação a Vendas Líquidas</li> <li>- Despesas de Vendas em relação a Vendas Líquidas</li> <li>- Despesas Administrativas em relação a Vendas Líquidas</li> <li>- Despesas Financeiras em relação a Vendas Líquidas</li> <li>- Custos Complementares em relação a Vendas Líquidas</li> <li>- Custos Complementares como Fator Dedutível do Lucro Operacional Bruto</li> </ul>
X	<p><b><u>Diferenciação de Produto</u></b></p>