



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Faculdade de Administração e Finanças
Departamento de Ciências Administrativas

DISCIPLINA: **Administração
Mercadológica I** CARGA HORÁRIA: **60 h**
CÓDIGO: **FAF 319-6** CRÉDITOS: **04**
PERÍODO: **7º** CURSO: **ADM/CON**

PRÉ-REQUISITO:

PROGRAMA DA DISCIPLINA

I

Introdução à Mercadologia

- Evolução da Produção, do Consumo e da Distribuição
- As Estruturas Comerciais e suas Tendências
- A Ótica da Oferta e a Ótica da Demanda
- A Mercadologia e a Administração Mercadológica:
Conceitos, Objetivos e Funções
- Fatores Controláveis e Fatores Não-Controláveis:
Uma Visão Sistêmica

II

O Ambiente Mercadológico

- O Mercado e o Posicionamento da Empresa
- Características, Volume Global e Categorias de Mercado
- Métodos de Avaliação da Posição da Empresa

LIVRO-TEXTOS:

- 1) Kotler, Phillip
Administração de Marketing
São Paulo, Atlas
- 2) Desnoix, Philippe
Vendas - Marketing - Publicidade
Lisboa, Pórtico

DATA ____/____/____

ASSINATURAS:

Professor

Chefe do Dept.

Diretor da Unidade

<p>III</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Relação Posição / Ação no Mercado - Segmentação do Mercado e Estudo da Clientela: Conceitos, Critérios e Estratégias - Estudo da Clientela. Categorias e Análise da Clientela - Comportamento do Consumidor - Modelos de Avaliação - Avaliação do Mercado e Previsão de Vendas - A Demanda de Mercado e a Demanda da Empresa - Métodos e Técnicas de Previsão e Tipos de Pesquisas <p><u>Organização e Planejamento Mercadológico</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Estruturação da Administração Mercadológica: Posição e Relação do Departamento Comercial (D.C.) com outros Departamentos - Organização do D. C. - Política Comercial da Empresa em Função no Mercado: os parâmetros de expansão e sua orientação - Estratégias de Crescimento - O Planejamento Mercadológico: Objetivos, Conceitos - Relação Previsão-Programa e Programa-Orçamento
------------	---