



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO**

Faculdade de Administração e Finanças  
Departamento de Ciências Administrativas

DISCIPLINA: **Administração  
Mercadológica II** CARGA HORÁRIA: **60 h**  
CÓDIGO: **FAF-320-1** CRÉDITOS: **04**  
PERÍODO: **8º** CURSO: **ADM/CON**

PRÉ-REQUISITO: Administração Mercadológica I (FAF 319-6)

**PROGRAMA DA DISCIPLINA**

**I**

**A Programação das Ações Mercadológicas**

- O Estudo do Produto: Conceitos Básicos
- O Produto na Teoria Econômica
- O Planejamento de Produto
- O Processo de Desenvolvimento do Novo Produto

**II**

**Políticas de Preços**

- O Preço como Instrumento Mercadológico
- Modelos Básicos de Determinação de Preços

**LIVRO-TEXTO:**

- 1) Baker, M. J. e Mc. Tavish, R.  
Política e Gerência de Produto  
Ed. Saraiva
- 2) Livesey, F.  
Formação de Preços  
Ed. Saraiva

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

ASSINATURAS:

\_\_\_\_\_  
Professor

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

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

III	<p><b><u>Estudos dos Circuitos de Distribuição</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Esquemas de Distribuição</li> <li>- Características dos Circuitos</li> <li>- Avaliação e Seleção</li> </ul>
IV	<p><b><u>Promoção e Propaganda</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceitos, Objetivos e Técnicas</li> <li>- O Composto Promocional</li> </ul>
V	<p><b><u>Organização das Atividades de Vendas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A Força de Vendas: Objetivos e Dimensionamento</li> <li>- O Potencial de Visitas e os Itinerários de Vendas</li> <li>- O Controle de Forças de Vendas.</li> </ul>
VI	<p><b><u>Controle e Avaliação de Esforço Mercadológico</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelos de Análise, Avaliação e Controle</li> <li>- Modelos de Sistemas e Sub-Sistemas Mercadológicos</li> </ul>