



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 03-02983** 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-TEXTO:

- 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

- 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

III

Organização e Planejamento Mercadológica

- 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

