



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CEARÁ

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**PROGRAMA DE DISCIPLINA  
ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA II**

**1 Nome da Disciplina: Administração Mercadológica II**

**2 Código da Disciplina: ED0122**

Número de Semanas:	Número de Créditos:	Carga Horária Total:	Carga Horária:		
			Teórica	Prática	EaD
16	04	64h	64h	-	-

**3 Pré-requisito: ED115 - Administração Mercadológica I**

**4 Objetivo(s):** Orientar o desenvolvimento do Planejamento Mercadológico com foco nas decisões estratégicas relacionadas a produto, mercado e posicionamento, e nas decisões táticas relativas à gestão de produtos, de preço, de distribuição e de comunicação.

**5 Ementa:** Definição e Etapas do Plano de Marketing; Planejamento e Administração de Produto; Planejamento e Administração de Preço; Planejamento e Administração da Distribuição; Planejamento e Administração da Comunicação.

**6 Descrição do Conteúdo**

**6.1 Planejamento Mercadológico (Revisão)**

1. Decisões Estratégicas;
2. Decisões Táticas;
3. Decisões Operacionais (Plano de Ação).

**6.2 Produtos e marcas**

1. Definição de produto;
2. Decisões sobre produto;
3. Bens X Serviços;
4. Níveis e dimensões do produto;
5. Classificação dos produtos;
6. Decisões de produtos, embalagens, marcas e serviços.

**6.3 Planejamento de Produtos: desenvolvimento de novos produtos e estratégia do Ciclo de Vida de Produtos**

1. Definição de produto novo e o papel dos novos produtos;
2. Organização para o desenvolvimento de novos produtos;
3. Etapas para o desenvolvimento de novos produtos.



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CEARÁ

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**PROGRAMA DE DISCIPLINA  
ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA II**

**6.4 Estratégias e programas de preço**

1. Definição;
2. Quanto custa X Quanto vale;
3. Elasticidade Preço X Demanda;
4. Apreçamento baseado no custo e no valor;
5. Determinação de preço de novos produtos;
6. Motivos para variações nos preços.

**6.5 Os Canais de Marketing**

1. Canais de Distribuição;
2. Funções dos Intermediários;
3. Sistema Vertical de Marketing;
4. Planejamento e gerenciamento do Canal de Distribuição;

**6.6 Comunicação Integrada de Marketing**

1. O processo e decisões de Comunicação;
2. Determinação do orçamento publicitário;
3. Estabelecendo o Mix de Comunicação;
4. Retorno da Comunicação;
5. Mudanças na Comunicação de Marketing;
6. CMI - Comunicação Integrada de Marketing;

**6.7 Propaganda e Relações Públicas.**

1. Propaganda: definição e objetivos;
2. Mídias de propaganda;
3. Características das mensagens publicitárias: qualidades estruturais e de conteúdo;
4. Relações Públicas: definição e atividades.

**6.8 Gerenciamento da Força de Vendas e Promoção de Vendas**

1. Venda Pessoal: a profissão de Vendedor;
2. Atividades em relação à Força de Vendas;
3. Missão do Vendedor;
4. Estágios do Processo de Venda;
5. Promoção de Vendas: definição e objetivos; vantagens e tipos;
6. Planejamento da Promoção.

**6.9 Marketing direto e on-line: construção de relacionamento direto com os clientes**

1. Definição de Marketing Direto;
2. Evolução e benefícios do Marketing Direto;
3. *Database* Marketing;
4. Formas de Marketing Direto;
5. Marketing online.



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CEARÁ

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**PROGRAMA DE DISCIPLINA**  
**ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA II**

## **7 Bibliografia**

### **7.1 Básica:**

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 15<sup>a</sup> Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

### **7.2 Complementar:**

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. 14<sup>a</sup> Ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2013.

Revistas Harvard Business Review

Revistas HSM Management

## **8 Avaliação de Aprendizagem:**

Os alunos serão avaliados por meio de prova e trabalhos individuais e em grupo.

A nota será composta por:

Média Aritmética de prova(s) e trabalho final + atividades diversas.