

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR		
AL2137 Marketing		
Carga horária: 60h	Créditos teóricos: 4	Créditos práticos: 0
Pré-requisito(s): Não há.		
Semestre recomendado: Não há.		
OBJETIVOS		
<p>O componente curricular tem por objetivo instruir o engenheiro mecânico a entender como as estratégias competitivas de marketing podem proporcionar a melhor vantagem competitiva possível de um produto. Compreender como as estratégias de marketing se alteram no ciclo de vida do produto e como se processam no desenvolvimento e lançamento de novos produtos. Dominar os conteúdos básicos relativos a produto-serviço e preço.</p>		
EMENTA		
<p>Introdução ao marketing; ambiente de marketing; planejamento de marketing; pesquisa de marketing; comportamento do consumidor; segmentação de mercado; análise da concorrência; tópicos de marketing. Conceituação da administração de marketing. Análise das oportunidades de mercado. Seleção dos mercados-alvo. Pesquisa de Marketing. Estabelecimentos de estratégias de marketing. Planejamento dos programas de marketing relativamente a produto-serviço e preço.</p>		
REFERÊNCIAS BÁSICAS (LEITURAS OBRIGATÓRIAS)		
<p>CHURCHILL JR., Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing criando valor para os clientes. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.</p> <p>KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, planejamento e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.</p> <p>_____. Administração de Marketing. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.</p>		
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES		

AAKER, David A.; KUMAR.V; DAY, George S. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Atlas, 2001.

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 323.

HOFFMAN, K. Douglas; BATERSON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços:** Conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: THOMSON, 2003.

KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. **Princípios de marketing global.** 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip. **Marketing:** Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 1980.