

- IDENTIFICAÇÃO:

Disciplina: Marketing I (RAD 1401)

Ano Letivo: 2017

Carga Horária: 60h

Horários: 5ª (19:00 – 20:40) e 5ª (20:50 – 22:30)

Curso: Ciência da Informação - Noturno

Aulas Semanais: 4 (quatro)

- RESPONSÁVEL: Paulo Sergio Miranda Mendonça (paulomiranda@usp.br)

- OBJETIVO:

Apresentar uma visão geral do conceito, sistema e gerenciamento do marketing. Discutir os aspectos estratégicos e tático-operacionais do marketing. Fornecer uma base para o processo de análise do mercado e do ambiente de marketing.

- PROGRAMA:

As Organizações como um sistema aberto; Análise do ambiente e o sistema de marketing; Sistema de Informações de marketing; O comportamento do consumidor; Segmentação e posicionamento; Previsão e mensuração da demanda e Branding.

- PROCEDIMENTOS DE ENSINO:

Na disciplina serão utilizados os seguintes métodos de exposição do conteúdo: seminários; estudo de casos; envolvimento na discussão de todos os participantes da disciplina; discussão em pequenos grupos em sala; leitura de textos em casa.

- AVALIAÇÃO:

A avaliação será realizada mediante duas provas (70%), e seminários (30%). O aluno também precisa obter no mínimo 70% de presença na disciplina. A reavaliação será aplicada a alunos com média final igual ou superior a três (3,0), e inferior a cinco (5,0), e será calculada mediante média aritmética simples, com base na média semestral e a nota da prova de reavaliação. Estará aprovado na disciplina o aluno com média igual ou superior a cinco (5,0).

BIBLIOGRAFIA

- LIVRO TEXTO:

KOTLER, P.; KELLER, K.L. Administração de Marketing. 14.ed. SP: Pearson, 2012.

Ribeirão Preto/SP, 16 de Março de 2017.

ATIVIDADES EM SALA:

SEMINÁRIOS:

1. Seleção de um tema para o seminário
 - 1.1 - Planejamento de Marketing;
 - 1.2 - Sistema Informações de Marketing;
 - 1.3 - Pesquisa de Marketing;
 - 1.4 - Previsão de Demanda;
 - 1.5 - Segmentação de Mercado;
 - 1.6 - Posicionamento;
 - 1.7 - Gestão da Marca;
 - 1.8 - Marketing Digital.
2. Selecionar uma empresa: apresentar a contextualização da empresa (porte, concorrentes, setor...); levantar mediante entrevista como a atividade de marketing é desenvolvida; e solicitar ao executivo de marketing que relate um problema de marketing enfrentado no passado e como foi resolvido.*
3. Preparar relatório para entrega ao professor;
4. Apresentar na data determinada no cronograma (tempo estimado de apresentação – 30 minutos);

*Poderá ser substituído por um artigo científico selecionado em periódicos internacionais de marketing, e com aprovação do Professor.

**CRONOGRAMA DA DISCIPLINA DE MARKETING I – RAD 1401 – 1º Sem 2017 –
NOTURNO**

	DATA	TEMA	LEITURA
1	16/MAR	Apresentação do Programa, Ambiente e Conceito de Marketing	Cap. 1, 2 e 5
2	16		
3	23	Planejamento de Marketing	
4	23		
5	30	Seminário Planejamento de Marketing	
6	30	Sistemas Informação e Pesquisa Marketing	Cap. 3 e 4
7	6/ABR		
8	6	Seminário Sistemas Informação e Pesquisa Marketing	
9	20	Comportamento Consumidor Individual	Cap. 6
10	20		
11	27	Comportamento Consumidor Organizacional	Cap. 7
12	27		
13	4/MAI		
14	4	PRIMEIRA PROVA BIMESTRAL	
15	11	Segmentação de Mercado	Cap. 8
16	11		
17	18	Seminário Segmentação de Mercado	Cap. 10
18	18		
19	25	Posicionamento	
20	25		
21	1/JUN	Seminário Posicionamento	
22	1		
23	8	Gestão de Marcas	Cap. 9 e 11
24	8		
25	22		

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
FACULDADE DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS E LETRAS DE RIBEIRÃO PRETO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO E DA DOCUMENTAÇÃO

26	22	Seminário Gestão de Marcas	
27	29	Marketing Digital	
28	29		
29	6/JUL	Seminário Marketing Digital	
30	6	SEGUNDA PROVA BIMESTRAL	