



**- IDENTIFICAÇÃO:**

Disciplina: Marketing I (RAD 1401)

Ano Letivo: 2020

Aulas Semanais: 4 (quatro)

Horários:

Diurno: 3ª (10:00 – 11:30) e 6ª (08:00 – 09:30)

Noturno: 4ª (21:00 – 22:30) e 6ª (19:00 – 20:30)

Curso: Administração – D/N

Período: 4º

Carga Horária: 60h

**- RESPONSÁVEL:** Paulo Sergio Miranda Mendonça ([paulomiranda@usp.br](mailto: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:**

A natureza do ensino superior exige um processo ativo de busca do aprendizado pelos alunos. É preciso ler o material antes das aulas, e usar o tempo precioso de sala de aula para ampliar os conhecimentos com a orientação do professor, e melhorar a inteligência emocional com treinamento de exposição em público, reforço de argumentação, habilidade de negociação, aceitar as diferentes percepções sobre os temas entre outras capacidades e habilidades. Não espere aulas expositivas. O aluno é o centro deste processo de aprendizado. O professor é o facilitador desta busca de conhecimento.

**- AVALIAÇÃO:**

A avaliação será realizada mediante entrega das atividades exigidas na disciplina, e disponibilizadas no Stoa. 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).



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO – FEA-RP  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – RAD

---

## **- BIBLIOGRAFIA**

- LIVRO TEXTO:

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

– BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHURCHILL, G.; PETER J. Marketing. SP: Saraiva, 2000.

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 15 ed. SP: Pearson, 2015.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. Marketing 4.0 – moving from traditional to digital. New Jersey: John Wileys and sons. 2017.

Ribeirão Preto/SP, 18 de agosto de 2020.