


Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING I							Código: OC293
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 30 CH semanal: 02	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	
EMENTA (Unidade Didática) Canais de distribuição. Classificação do varejo. Atividades varejistas. Marketing direto para o varejo. Principais métodos de pesquisa.							
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u> Assinatura: 							

**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo. Saraiva. 2000.

KOTLER, P. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

SHIMP, T. A. Propaganda e Promoção. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOTLER, P. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: marketing e gestão. São Paulo. Saraiva. 2001

ZENONE, Luiz Cláudio; BUAIRIDE, Ana Maria. Marketing da promoção e merchandising: conceitos e estratégias para ações bem-sucedidas. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.