

PROGRAMA DO CONCURSO

ÁREA DE CONHECIMENTO: ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

1. Avaliação do papel de marketing no desempenho da organização.
2. Ambiente de marketing.
3. Sistema de Informação de marketing.
4. Análise dos mercados consumidores e comportamento do comprador.
5. Segmentação de mercado e seleção de alvos.
6. Posicionamento e diferenciação de mercado.
7. Administração de produtos e marcas.
8. Marketing de serviços.
9. Estratégias de preços.
10. Administração de canais e logística em marketing.
11. Comunicação integrada de marketing.
12. Controle do esforço de marketing e marketing metrics.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. KOTLER, P. A generic concept of marketing. Journal of Marketing, Vol. 36, No. 2, p.46-54, 1972.
2. KOTLER, P.; KELLER, K.L. Administração de marketing. 14.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.
3. _____. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. 5 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.
4. CHURCHILL, G.A.; PETER, J.P. Marketing: criando valor para os clientes. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
5. PRIDE, W.M.; FERRELL, O.C. Fundamentos de marketing. [tradução Lizandra Magon Almeida]. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
6. URDAN, F.T., URDAN, A.T. Gestão do composto de marketing. São Paulo: Atlas, 2011.
7. ZEITHAML, V.A.; BITNER, M.J.; GREMLER, D.D. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
8. HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
9. MOORMAN, C., LEHMANN, D.R. (eds) Assessing marketing strategy performance. Marketing Science Institute, Cambridge, MA, 2004, p. 9-28.