

CAD-001

PLANO DE ENSINO

Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) atrelados à disciplina:

Objetivo 12 - Consumo e Produção Responsáveis: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

Código da disciplina: CAD 295	Nome da disciplina: Gestão de Marketing
Carga horária: 4 h/a semanais 60 h/a mensais	Professor (a) responsável: Dr. Danilo de Oliveira Sampaio – gabinete 12 Contato: danilo.sampaio@ufjf.br - 1º semestre de 2026
Turma (s): A e B	Horário: Turma A tarde: segunda das 16h às 18h e quarta das 14h às 16h. Turma B noite: segunda das 21h às 23h e quarta das 19h às 21h.

Objetivo da disciplina:

A disciplina de Gestão de Marketing tem como objetivo instruir e apresentar como planejar, organizar, dirigir e controlar as ações de marketing nas organizações. Propõem-se aos discentes mostrar a importância do marketing enquanto um fator microeconômico, sendo este um dos termômetros das relações entre as organizações e os mercados, sejam estes consumidores ou empresariais.

Conteúdo programático:

1. Introduções sobre definições de marketing, a teoria de marketing, marketing social, marketing sustentável, marketing digital, mercado, segmentação, posicionamento.
2. Micro e macroambiente de marketing.
3. Influências internas e externas de marketing.
4. Composto ou mix de marketing e sua evolução.
5. Estratégias do composto de marketing.
6. Marketing e a escola do comportamento do consumidor.
7. Importância da pesquisa de marketing.
8. Tendências do pensamento do marketing.

Cronograma de atividades por semana:			
Atividades	Data de Início	Data de término	Carga horária
Introduções sobre definições de marketing	16/03/26	30/03/26	
Micro e macroambiente de marketing	01/04/2026	08/04/2026	
Influências internas e externas de marketing	13/04/2026	22/04/2026	
Composto ou mix de marketing e sua evolução	27/04/2026	27/05/2026	
Estratégias do composto de marketing	01/06/2026	15/06/2026	
Marketing e a escola do comportamento do consumidor	20/06/2026	29/06/2026	
Importância da pesquisa de marketing	01/07/2026	06/07/2026	
Tendências do pensamento do marketing	08/07/2026	13/07/2026	

Metodologia e avaliação:

Aulas expositivas. Atividades em equipe na sala de aula. Apresentação de atividade pelos alunos em sala de aula. Pesquisa aplicada e apresentação em sala de aula. Uso de slides e quadro. Uso de sites científicos e vídeos sobre comportamento do consumidor.

AV1: avaliação individual/presencial, 30 pontos. Data: 27 de abril de 2026.

AV2: avaliação individual/presencial, 30 pontos. Data: 01 de junho de 2026.

AV3: avaliação/apresentação em equipe/presencial, 40 pontos. Data: 8 e 13 julho de 2026.

OBS:

- **Sobre o uso do aparelho de telefonia móvel, bem como fones de ouvido, ambos não serão permitido, tanto nas aulas em sala, como nas provas / avaliações.**

Referências¹²:



- Livros com acesso pelo Siga, via minha biblioteca

HAWKINS, Del. **Comportamento do Consumidor**. Grupo GEN, 2018. *E-book*. ISBN 9788595152373. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595152373/> . Acesso em: 15 nov. 2023.

KOTLER, P. KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed., São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. Disponível em [https://fajadm.eu5.org/Administracao de Marketing Kotler e Keller-EDITADO GRUPOADJADM.pdf](https://fajadm.eu5.org/Administracao%20de%20Marketing%20Kotler%20e%20Keller.pdf) Acessado em 02 março 2026.

¹ “Dar preferência, no estabelecimento das referências bibliográficas, ao acervo digital já disponível na UFJF e aos materiais com licença livre ou domínio público”.

² “O docente não poderá exigir dos discentes a leitura de material bibliográfico que não esteja disponível eletronicamente e deverá fornecer material em formato digital alternativo para os discentes acompanharem a disciplina, resguardados os direitos autorais”.

LIMEIRA, Tânia Maria V. **Comportamento do consumidor brasileiro - 2ª ed.** Editora Saraiva, 2017. *E-book*. ISBN 9788547215118. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547215118/> . Acesso em: 15 nov. 2023.

MERLO, Edgard M.; CERIBELI, Harrison B. **Comportamento do Consumidor.** Grupo GEN, 2013. *E-book*. ISBN 978-85-216-2538-4. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2538-4/> . Acesso em: 15 nov. 2023.

MACHLINE, C.; LIMEIRA, T. M. V.; MASANO, T. F.; et al. **Gestão de Marketing.** 2ª edição. Rio de Janeiro: Saraiva, 2011. *E-book*. ISBN 9788502126725. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502126725/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor.** Grupo A, 2016. *E-book*. ISBN 9788582603680. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603680/> . Acesso em: 15 nov. 2023.

ROCHA, A. da; FERREIRA, Jorge B.; SILVA, Jorge Ferreira da. **Administração de marketing:** conceitos, estratégias, aplicações. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. *E-book*. ISBN 9788522479122. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522479122/>. Acesso em: 02 mar. 2026.

- Artigos do site SPELL: <http://www.spell.org.br/>

CERVEIRA, R.; PRADO, N. B.; PETTAN, K.; CUNHA, C. F. **A administração de marketing como diferencial para excelência no terceiro setor.** Revista de Administração, Sociedade e Inovação, v. 8, n. 3, p. 87-107, 2022. Disponível em <https://www.spell.org.br/documentos/ver/68503/a-administracao-de-marketing-como-diferencial-para-excelencia-no-terceiro-setor/i/pt-br> Acesso em 02 de março de 2026.

CITTADIN, J.; SARQUIS, A. B.; SOARES, J. C.; COHEN, E. D. Gestão de marketing na pequena empresa de confecção de vestuários. Revista Eletrônica de Administração e Turismo, v. 11, n. 6, p. 1326-1348, 2017. Disponível em <https://www.spell.org.br/documentos/ver/51116/gestao-de-marketing-na-pequena-empresa-de-confeccao-de-vestuarios/i/pt-br> Acesso em 02 de março de 2026.

LAMOS, C. R. De Suspects a Consumers: a administração de marketing aplicada a empresas de pequeno porte. **Revista PRETEXTO**, v. 5, n. 1, p. 59-68, 2004. Disponível em <https://www.spell.org.br/documentos/ver/27023/de-suspects-a-consumers--a-administracao-de-marketing-aplicada-a-empresas-de-pequeno-porte/i/pt-br> Acesso em 02 de março de 2026.

MIRANDA, R. L.; SANTOS, L. F. I. D.; TAMBOSI, S. S. V.; TONTINI, G. Satisfação do consumidor: um estudo comparativo entre usuários de Uber e táxi. **Revista de Negócios**, v. 27, n. 1, p. 41-56, 2022. Disponível em <http://www.spell.org.br/documentos/ver/71163/satisfacao-do-consumidor--um-estudo-comparativo-entre-usuarios-de-uber-e-taxi> Acessado em 15 de nov. 2023.

TEIXEIRA, R. M. **Gestão de marketing em pequenos empreendimentos hoteleiros.** Turismo em Análise, v. 15, n. 1, p. 22-41, 2004. Disponível em <https://www.spell.org.br/documentos/ver/28091/gestao-de-marketing-em-pequenos-epreendimentos-hoteleiros/i/pt-br> Acesso em 02 de março de 2026.



16/03/2026