



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS**  
**DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO**

**PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR**

**TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)**

☒  
☐  
☐

Disciplina  
Atividade complementar  
Monografia

☐  
☐  
☐

Estágio  
Prática de ensino  
Módulo

**STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)**

☒

OBRIGATÓRIO

☐

ELETIVO

☐

OPTATIVO

**DADOS DO COMPONENTE**

Código	Nome	Carga Horária Semanal		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
CO 255	Introdução ao marketing	3		3	45	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

**EMENTA**

Introdução ao estudo do marketing, composto de marketing e a importância do marketing estratégico.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Principais conceitos do marketing.  
As diversas etapas do marketing mix (produto, preço, praça e promoção).  
Construção de um plano de marketing e identificação de suas diferentes fases, pesquisa de mercado e comportamento do consumidor.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. Editora Atlas. São Paulo. 2003  
RIES, Al. **Marketing de guerra**. São Paulo, McGrawpHill, 1986

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

Departamento de Comunicação Social

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA