

FACULDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS AVANÇADOS – FABEA

SECRETARIA ACADÊMICA

Curso de Administração
ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA II – CH: 80h

Ementa:

Composto de marketing. Produtos e serviços. Preço. Praça. Promoção. Comunicação Integrada de Marketing.

Bibliografia Básica:

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2000.
KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.
KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
OGDEN, James R. **Comunicação Integrada de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
ROCHA, Angela; CHRISTENSEN, Carl. **Marketing: teoria e prática no Brasil**. São Paulo: Atlas, 1999.

Bibliografia Complementar:

BAKER, M. L. **Administração de marketing**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
HOFFMAN, K. D.; BATESON, J. E. G. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. São Paulo: Thomson, 2003.
NAGLE, T. T.; HOLDEN, R. K. **Estratégia e táticas de preços**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
URDAN, F. T.; URDAN, A. T. **Gestão do composto de marketing**. São Paulo: Atlas, 2006.