



## CONCURSO PARA PROFESSOR SUBSTITUTO DE MARKETING (2011)

### EMENTA E BIBLIOGRAFIA

#### 01 – Segmentação, mercado-alvo e posicionamento

##### Bibliografia:

1. HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J.A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

#### 02 – Gerência de produto e marca

##### Bibliografia:

1. KELLER, K. L.; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

#### 03 – Gestão de preço

##### Bibliografia:

1. NAGLE, T. T.; HOGAN, J. E. **Estratégia e táticas de preço**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2009.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

#### 04 – Canais de distribuição, atacado e varejo

##### Bibliografia:

1. COUGHLAN, A. T.; ANDERSON, E.; STERN, L. W.; EL-ANSARY, A. L. **Canais de marketing e distribuição**. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

#### 05 – Comunicação integrada de marketing

##### Bibliografia:

1. BELCH, G. E.; BELCH, M. A. **Propaganda e promoção: uma perspectiva de comunicação integrada de marketing**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

#### 06 – Comportamento do consumidor

##### Bibliografia:

1. BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

#### 07 – Pesquisa mercadológica

##### Bibliografia:

1. MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4a. ed. São Paulo: Bookman, 2004.
2. KOTLER, P; KELLER, K. L.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.