



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

<b>CÓDIGO:</b> _____	<b>COMPONENTE CURRICULAR:</b> Gerência de Produto e Preço	
<b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b> FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		<b>SIGLA:</b> FAGEN
<b>CH TOTAL TEÓRICA:</b> 60	<b>CH TOTAL PRÁTICA:</b> 0	<b>CH TOTAL:</b> 60

**OBJETIVOS**

Analisar a gestão de produtos, serviços e marcas, bem como os principais aspectos relacionados à precificação.

**EMENTA**

- Gestão de produtos, marcas e serviços
- Precificação

**PROGRAMA**

1. Gestão de produtos
  - Características, tipos e classificação dos produtos
  - Design e atributos de produto
  - Diferenciação
  - Composto e linha de produtos
  - Lançamento de novos produtos
  - Embalagens: funções e componentes
2. Serviços
  - Conceitos, características e classificação dos serviços
  - Decisões de marketing e serviços
  - Serviços adicionados a bens
3. Gestão de marcas
  - Conceitos e elementos da marca
  - Brand equity
  - Produtos e marcas



4. Precificação

- Conceitos e elementos da gestão de preços
- Análise de custo, volume e lucro
- Concorrência, demanda e análise do consumidor nas decisões de preço
- Decisões de preços para novos produtos

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

URDAN, F.T.; URDAN, A.T. **Gestão do composto de marketing**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2009.  
KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.  
LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M.A. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**. 7.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CARRAMEN, P.R.C.; PEREZ, M.C.; PASQUALE, P.P.; GOBE, A.C.; MOREIRA, J.C.T. 1.ed. **Gerência de produtos**. São Paulo: Saraiva, 2003.  
KELLER, K.L.; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson, 2006. 289p.  
NAGLE, T.T.; HOLDEN, R.K. **Estratégia e táticas de preços**. 4.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.  
OLIVEIRA, B.A.C.; MATTAR, F.N.; QUEIROZ, M.J.; MOTTA, S.L.S. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados: estratégias e ações para alcançar e manter-se top of market**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2009.  
PIATO, E.L.; PAULA, V.A.F.; SILVA, A.L. **Gestão de marcas próprias: novas dimensões para indústria, atacado e varejo**. São Paulo: Atlas, 2011. 180p.

**APROVAÇÃO**

23/09/11

Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Dr. João Bento de Oliveira Filho  
Coordenador do Curso de Administração  
Faculdade de Gestão e Negócios  
Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
Faculdade de Gestão e Negócios

Prof. Walter Gomes da Cunha  
Carimbo e assinatura do Diretor da  
Unidade Acadêmica  
(que oferece a disciplina)