



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO: _____	COMPONENTE CURRICULAR: Canais e Comunicação de Marketing	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS	SIGLA: FAGEN	
CH TOTAL TEÓRICA: 60	CH TOTAL PRÁTICA: 0	CH TOTAL: 60

OBJETIVOS

- Situar e detalhar para o aluno os instrumentos de marketing necessários à ativação da demanda pelos clientes, ou seja, os recursos e atividades ligados à comunicação e à distribuição direcionadas ao marketing.
- Desenvolver no aluno a percepção de que a comunicação e a distribuição são fatores essenciais para a definição das estratégias e a implementação das ações voltadas à gestão dos aspectos comerciais dos negócios desenvolvidos pelas organizações.

EMENTA

- Ativação em Marketing
- Variáveis comunicação e distribuição do composto de Marketing
- Significado amplo e restrito de promoção
- Instrumentos de comunicação para Marketing
- Estratégia e avaliação da comunicação para Marketing
- Canais de distribuição em Marketing
- Tipologia dos canais de distribuição
- Estratégia e avaliação da distribuição para Marketing

PROGRAMA



1. Os “4As” de Marketing e a Ativação: finalidades, conceito e funcionamento da Ativação em Marketing

2. Comunicação:

- Diferenciação X segmentação X posicionamento X estratégia de comunicação
- Estratégia e implementação de ações de comunicação em Marketing
- Mix de comunicação ou promocional
- O processo (teórico) de comunicação
- Finalidades da comunicação em Marketing
- Os públicos da comunicação de Marketing
- As decisões de comunicação de Marketing
- Fornecedores dos serviços de comunicação de Marketing
 - Tipos
 - Princípios de relacionamento e remuneração
 - Processo de passagem de informações (*briefing*): roteiro
- Processo de comunicação de Marketing
- Instrumentos / meios / ferramentas promocionais ou de comunicação de Marketing (mídia impressa – revistas e jornais –, propaganda – rádio e TV –, comunicação corporativa, visual merchandising, promoção de vendas, venda pessoal, Marketing direto – e suas variações, em meio físico ou eletrônico)
 - Características do Meio
 - Recomendações quanto ao uso do Meio
 - Avaliação de peças publicitárias (como usar: o que é adequado e o que não é)
- Interfaces do aspecto Comunicação da Ativação com a o aspecto Produto da Adaptação em Marketing: Marca, Embalagem e Visual *Merchandising*
- Planejamento da Comunicação de Marketing

3. Distribuição:

- Conceito de distribuição
 - Histórico e papel da distribuição no Marketing
 - Estratégias de canais
- Intermediários e canais de distribuição – definições
- O mix de distribuição
- Critério básico para a escolha de um canal de Marketing
- Definição / escolha dos canais de distribuição

4. Canais de distribuição – tipologia

- Varejo (e subtipos) x Atacado (e subtipos)
- Físico x Eletrônico
- Gerenciamento dos canais de distribuição

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

URDAN, F.T; URDAN, A.T. **Gestão do composto de marketing**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BELCH, G. E.; BELCH, M. A. **Propaganda e promoção: uma perspectiva de comunicação integrada de marketing**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

COUGHLAN, A. T.; ANDERSON, E.; STERN, L. W.; EL-ANSARY, A. L. **Canais de marketing e distribuição**. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GUISSONI, L. A.; NEVES, M. F. **Comunicação integrada de marketing baseada em valor**. São Paulo: Atlas, 2011.

PINHEIRO, Duda; GULLO, José. **Comunicação integrada de marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, P. ; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. Ed. Belo Horizonte: Pearson Education, 2006.

TELLES, Renato; STREHLAU, Vivian Iara. **Canais de marketing e distribuição - conceitos, estratégias, gestão e modelos de decisão**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ROSENBLOOM, Bert. **Canais de marketing**. São Paulo: Atlas, 2002.

APROVAÇÃO

23/09/11

Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. João Carlos de Oliveira Filho
Coordenador do Curso de Administração
Faculdade de Gestão e Negócios
Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso
Portaria R nº. 636/2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Faculdade de Gestão e Negócios
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
Prof. Walter Gomes da Cunha
Diretor Substituto da FAGEN
Unidade Acadêmica
Portaria R nº. 636/2009
(que oferece a disciplina)