



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



**FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR**

<b>CÓDIGO:</b> _____	<b>COMPONENTE CURRICULAR:</b> Marketing de Relacionamento	
<b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b> FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS		<b>SIGLA:</b> <b>FAGEN</b>
<b>CH TOTAL TEÓRICA:</b> 30	<b>CH TOTAL PRÁTICA:</b> 0	<b>CH TOTAL:</b> 30

**OBJETIVOS**

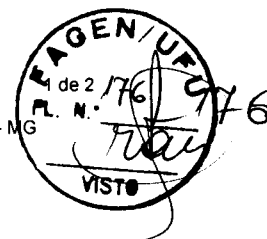
Conhecer ferramentas utilizadas para aproximar as organizações de seus mercados e manter vínculos com os mesmos. Discutir a aplicação do Marketing de Relacionamento como direcionamento estratégico e base da criação de diferenças importantes para os clientes.

**EMENTA**

Relacionamento: importância e conceitos; CRM; Relacionamento em mercados organizacionais; relacionamento em mercados consumidores.

**PROGRAMA**

1. Conceitos básicos de marketing de relacionamento
  - Atitude, valor, custos e benefícios
  - Relacionamento, sua importância e aplicações
  - Modelos de relacionamento
  
2. CRM
  - Conceito e aplicações
  - Programas diferentes para clientes diferentes



### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

McKENNA, R. **Marketing de Relacionamento: Estratégias bem sucedidas para a era do cliente**. Rio de Janeiro: Campos, 1993.

STONE, M.; WOODCOCK, N. **Marketing de Relacionamento**. São Paulo: Litera-Mundi, 1998.

GORDON, I. **Marketing de Relacionamento**. São Paulo: Futura, 1998.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BOGMANN, I. M. **Marketing de Relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Nobel, 2000.

BRETZKE, M. **Marketing de Relacionamento e Competição em Tempo Real**. São Paulo: Atlas, 2000.

DAY, G. S. **A empresa orientada para o mercado: compreender, atrair e manter clientes valiosos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

FERREIRA, Sergio. **Conquistando o consumidor, o marketing de relacionamento como vantagem competitiva das empresas**. São Paulo: Gente, 2000.

VAVRA, T. **Marketing de relacionamento**. São Paulo: Atlas, 1993.

WHITELEY, Richard C. **A empresa totalmente voltada para o cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

### APROVAÇÃO

23/09/11

Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Dr. João Batista 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

Carimbo e assinatura do Diretor da  
Unidade Acadêmica  
Prof. Waldemar de Brito  
Diretor Substituto da FAGEN  
Portaria Nº 897/2009  
(que oferece a disciplina)