

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE – FURG**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS – ICEAC**  
**CONCURSO PÚBLICO PARA SELEÇÃO DE PROFESSOR ASSISTENTE**

**PROGRAMA DAS PROVAS**

1. A visão integrada do composto de marketing: produto, distribuição, preço e comunicação.
2. Comportamento do consumidor: fatores que influenciam o comportamento do consumidor, processo de decisão de compra, etapas do processo de compra do consumidor.
3. Identificação de segmentos de mercado e públicos-alvo.
4. Relações com clientes: construção de valor, satisfação, desenvolvimento de relacionamento, banco de dados.
5. Gerenciamento de serviços: natureza dos serviços; relacionamento com os clientes, qualidade dos serviços, ações de pós-venda e assistência ao cliente.
6. Comunicação integrada de marketing: natureza, impacto e desafios relativos a sua implementação.
7. Decisões que envolvem a comunicação de marketing: definição dos objetivos; caracterização do público/audiência-alvo; seleção do composto promocional; elaboração das mensagens; definição dos meios; determinação do orçamento; implementação e controle dos resultados.
8. Gerenciamento da comunicação de massa: propaganda, promoção de vendas, relações públicas, eventos e experiências.
9. Gerenciamento da comunicação pessoal: venda pessoal, marketing direto/digital e interativo, comunicação boca a boca.
10. Marketing digital como ferramenta de comunicação de marketing: tendências, estratégias, ferramentas e mídias.

**BIBLIOGRAFIA**

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. 9<sup>a</sup> ed. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

KOTLER, P. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos**. 5<sup>a</sup> ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2013.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14<sup>a</sup> ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2012.

SAFKO, L.; BRAKE, D. K. **A bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios**. São Paulo: Blucher, 2010.

SHIMP, T. A. **Comunicação integrada de marketing: propaganda e promoção**. 7<sup>a</sup> ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SCHMITT, B. H. **Marketing experimental**. São Paulo: Nobel, 2002.

TORRES, C. **A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

URDAN, F. T.; URDAN, A. T. **Gestão do composto de marketing: visão integrada de produto, preço, distribuição e comunicação. Táticas para empresas brasileiras. Casos e aplicações**. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços**: a empresa com foco no cliente. 2ª ed.  
Porto Alegre: Bookman, 2003.