



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE BELAS ARTES
CURSO DE DESIGN DE MODA

Nome da disciplina (e código): **Gerência de Comunicação Mercadológica (CAD024)**
Carga Horária: 60hs T
Tipo: Optativa

Conteúdo: (ementa ou programa)

Gerência de vendas e produção: coordenação e integração aos objetivos da marketing da empresa. Planejamento e controle do esforço de venda pessoal: práticas correntes, métodos de organização, avaliação e controle. Promoção de vendas, propaganda, relações públicas e merchandising.

Bibliografia básica:

LIVRO TEXTO DA DISCIPLINA

SHIMP, Terence A. **Propaganda e Promoção:** aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. 5º ed. Porto Alegre: Bookman, 2002(648.8 s556aPr).

Bibliografia complementar: (opcional)

AAKER, David. **Marcas Brand Equity: gerenciando o valor da marca.** São Paulo: Negócio, 1998.

BAKER, Michael J. **Administração de Marketing: um livro inovador e definitivo para estudantes e profissionais** 5º ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2005.

BARCELLOS, Fernanda. **A psicologia aplicada à administração de empresas:** análises da comunicação. 2ed Rio de Janeiro. Aurora, 1969.

CABRAL, Plínio. **Propaganda: técnica da comunicação industrial e comercial.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1986.

COSTA, Antônio Roque, TALARICO, Edison de Gomes. **Marketing promocional: descobrindo segredos do mercado** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

ELTZ, Fábio. **Qualidade em Comunicação.** Rio de Janeiro: Casa de Qualidade, 1994.

ENGEL, James; BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul. **Comportamento do Consumidor.** 8ª Ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos. 2000.

GRACIOSO, Francisco. **Marketing: uma experiência brasileira: análise de alguns problemas de estrutura e estratégia da empresa, planejamento de produtos e comunicação com o mercado, à luz dos atuais conceitos de marketing.** 2ª São Paulo: Cultrix, 1971.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus Editorial, 1986.

LEVITT, Theodore. **A imaginação de Marketing.** São Paulo: Atlas, 1990.

PINHO, José B. **Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica.** 3 ed. São Paulo: Papyrus, 1998.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE BELAS ARTES
CURSO DE DESIGN DE MODA

RIBEIRO, Júlio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar.** 3ª ed. São Paulo: Atlas 1989.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z.** 6ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática.** 7ª ed. rev. E atual. São Paulo: Pioneira, 1998.

TAVARES, Mauro C. **A Força da Marca.** São Paulo: Harbra, 1998.