

PROGRAMA DO CONCURSO PARA PROFESSOR DO MAGISTÉRIO SUPERIOR
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
SETOR DE ESTUDOS: Marketing

10 TEMAS:

1. Estratégias e Planos de Marketing

- Valor para o cliente, cadeia de valor, marketing holístico, planejamento estratégico corporativo, avaliação de oportunidade de crescimento, implementação de programas de marketing.

2. Ambiente de Marketing, Pesquisa de Marketing e Previsão de Demanda

- Mercado consumidor, base de dados, *data warehouse* e *data mining*, inteligência de marketing, análise do ambiente e macroambiente, processo de pesquisa de marketing, avaliação da produtividade de marketing, previsão e mensuração de demanda.

3. Comportamento do Consumidor

- Satisfação, valores, estilos de vida, cultura e subcultura de consumo, personalidade, atitude, percepção, aprendizagem, tomada de decisão, renda e classe social, Transformative Consumer Research (TCR) e Transformative Service Research (TSR).

4. Segmentos de Mercado e Posicionamento de Marca

- Níveis de segmentação de mercado, segmentação de mercados consumidores e organizacionais, desenvolvimento e comunicação da estratégia de posicionamento, estratégias de diferenciação, ciclo de vida do produto.

5. Composto de Marketing

- Nível e classificação de produtos, diferenciação de bens e serviços, *mix* e linha de produtos, embalagem, rotulagem e garantias, estabelecimento e adequação de preço em curto, médio e longo prazo, estratégias de localização, estratégias de promoção do produto.

6. Varejo, Atacado e Logística

- Modelos de negócios em varejo e atacado, tipos de varejistas, tendências do varejo, marcas próprias, atacado e suas tendências, sistemas logísticos integrados, distribuição, objetivos e decisões de logística de mercado e cadeias de suprimento.

7. Comunicação Integrada de Marketing

- Função da comunicação de marketing, elaboração da estratégia de comunicação, seleção dos canais de comunicação, orçamento para comunicação de marketing, gerenciamento dos processos de comunicação.

8. Marketing e Sustentabilidade

- Sustentabilidade e suas dimensões, movimentos ambientalistas, sociais e empresariais, cultura e consumo, compra sustentável, marketing sustentável, *greenwashing*, fluxos reversos na produção, gerações do marketing, ética no marketing.

9. Marketing de Serviços

- Características dos serviços, processos em serviços, processo de compra para os serviços, criação de valor por meio dos serviços, reclamações e recuperação de clientes, custos dos serviços, demanda e capacidade em serviços, gestão de filas e reservas, e comunicação em serviços.

10. Marketing e Tecnologia

- Aspectos gerais do marketing e e-marketing, marketing no ambiente digital, mídias digitais e sociais, *omnichannel*, novos modelos de negócios na internet, risco percebido nas compras on-line, marketing experiencial virtual, teoria do fluxo, telepresença, *design thinking*, co-criação de valor na internet, plataformas de *streaming*, metaverso e suas tendências.