

# SISTEMA DE INFORMAÇÕES DE MARKETING

DisciplinalID - 101426

## Descrição da disciplina e código do produto

SISTEMA DE INFORMAÇÕES DE MARKETING - (ID 60202)

## Ementa

Importância da informação para a tomada de decisões. Coleta de informações. Sistematização do tratamento dos dados em informações. Conceitos que norteiam o sistema de informações de marketing (SIM). Modelos de sistemas de informação de marketing. Pesquisas mercadológicas. Tipos de decisões. Bancos de dados. Avaliação da produtividade e aplicabilidade dos sistemas.

## Conteúdo programático

1.  
Conceitos e componentes do Sistema de Informações de Marketing (SIM)
2.  
Modelos de sistema de informações de marketing
3.  
Pesquisas mercadológicas
4.  
Processo decisório de gestão com base em informações
5.  
Tecnologias e o sistema de informações de marketing
6.  
Desempenho e aplicação do sistema de informações de marketing nas empresas

## Bibliografia básica

FERRELL, O.C.; HARTLINE, Michael D. Estratégia de marketing. São Paulo: Thompson, 2005.  
ALVES, Eliseu Barroso. Sistemas de Informações em Marketing. Curitiba: Intersaberes, 2018.  
ELEUTERIO, Marco Antonio Masoller. Sistema de Informações Gerenciais. Curitiba: Intersaberes, 2015.  
KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 1995.  
RASQUILHA, Luis. Coohunting e pesquisa de tendências. São Paulo: Actual, 2015.  
REICHELTL, Valesca Persch. Fundamentos de Marketing. Curitiba: Intersaberes, 2013.  
PAIXÃO, Marcia Valéria. Pesquisa e Planejamento de Marketing e Propaganda. Curitiba: Intersaberes, 2012.  
PORTER, Michael. Estratégia competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1986.