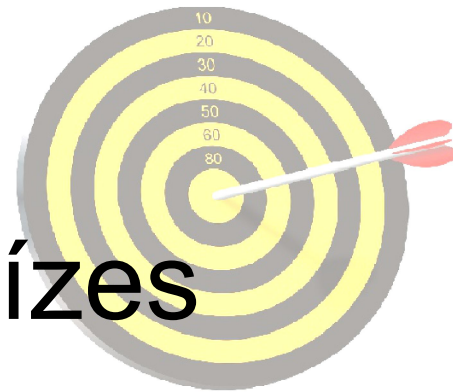


Conceitos & Raízes do Marketing

A Cultura de desenvolver o desejo
ao público/sujeito



MARKETING

“Marketing é o conjunto de atividades humanas que tem por objetivo a identificação e a satisfação das necessidades e criação de desejos”

“marketing é também um processo social, no qual indivíduos ou grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com os outros”

Phillip Kotler - Introdução ao Marketing

livros que descrevem a trajetória de sucesso do marketing



"Marketing teve origem no Brasil por volta de 1954. É uma palavra inglesa, que traduzida para o português significa, ação no mercado ou mercado em movimento"

1960 - a Associação Americana de Marketing definiu o termo como "desempenho das atividades comerciais que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor ou usuário"

Las Casas - Marketing de Serviços

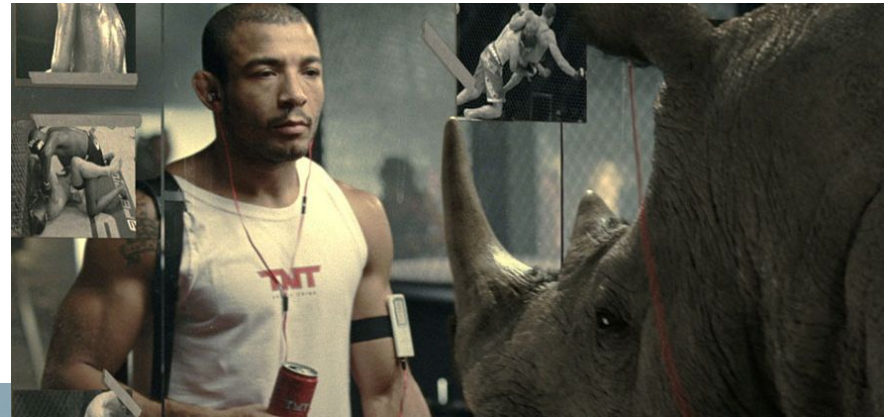
Y&R



Maior conglomerado global de comunicação.
Conta com 186 operações no mundo, está entre
as cinco agências brasileiras mais premiadas nos
últimos anos. Presidida por Marcos Quintela
Clientes: American Express, Bradesco, Casas Bahia, Danone, LG,
Peugeot, Ponto Frio...

FATURAMENTO de 7,5 bilhões

Profá. Dra. Rosângela F. Caldas - UNESP/FFC - Depto Ciência da Informação



Profa. Dra. Rosangela F. Caldas - UNESP/FFC - Depto Ciencia da Informaçaõ

“Marketing é um processo administrativo e social pelo qual os indivíduos e organizações obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação e troca de valor com os outros”

"marketing é um processo pelo qual as organizações criam valor para os clientes e constroem relacionamentos ao longo do tempo"

ARMOSTRONG & KOTLER - Princípios de Marketing

FUNÇÃO MERCADOLÓGICA

Em inglês, market significa "mercado", e por isso o marketing pode ser compreendido como o cálculo do mercado ou uso do mercado

“Um mercado é o conjunto de todos os indivíduos, efetivos e potenciais, de uma oferta ao mercado”

“O mercado disponível é o conjunto de consumidores que possuem interesse e acesso a uma determinada oferta”

KOTLER

Análise do Mercado

“O público-alvo (também chamado de mercado servido) é a parte do mercado disponível qualificado – o conjunto de consumidores”

KOTLER

“Mercado é o conjunto de consumidores reais e potenciais de uma oferta de mercado”

"Segmentação de mercado é a definição do público-alvo"

Kotler & Fox - Marketing Estratégico para Instituições Educacionais

É possível aplicar estratégias a diferentes segmentos, podendo alcançar benefícios como: atrair mais estudantes, fortalecer a marca da instituição, criar lealdade.

Profa. Dra. Rosangela F. Caldas - UNESP/FFC - Depto Ciência da Informação

Ogilvy & Mather

WMcCANN

ALMAP BBDO

borghi 

- **R\$ 3 bilhões investidos em mídia**



Ogilvy & Mather



a Informação

W McCANN



Profa. Dra. Rosangela F.

borghi 



Profa. Dra. Rosangela F. Caldas - UNESP/FFC - Depto Ciência da Informação



A
L
M
A
P

B
B
D
O



Profa. Dra. Rosange

COMPOSTO / MIX DE MARKETING

Composto de marketing, também chamado de 4Ps, é o conjunto de instrumentos à disposição para implementar uma estratégia de marketing. Posteriormente, do ponto de vista dos clientes, também foram elaborados os 4Cs

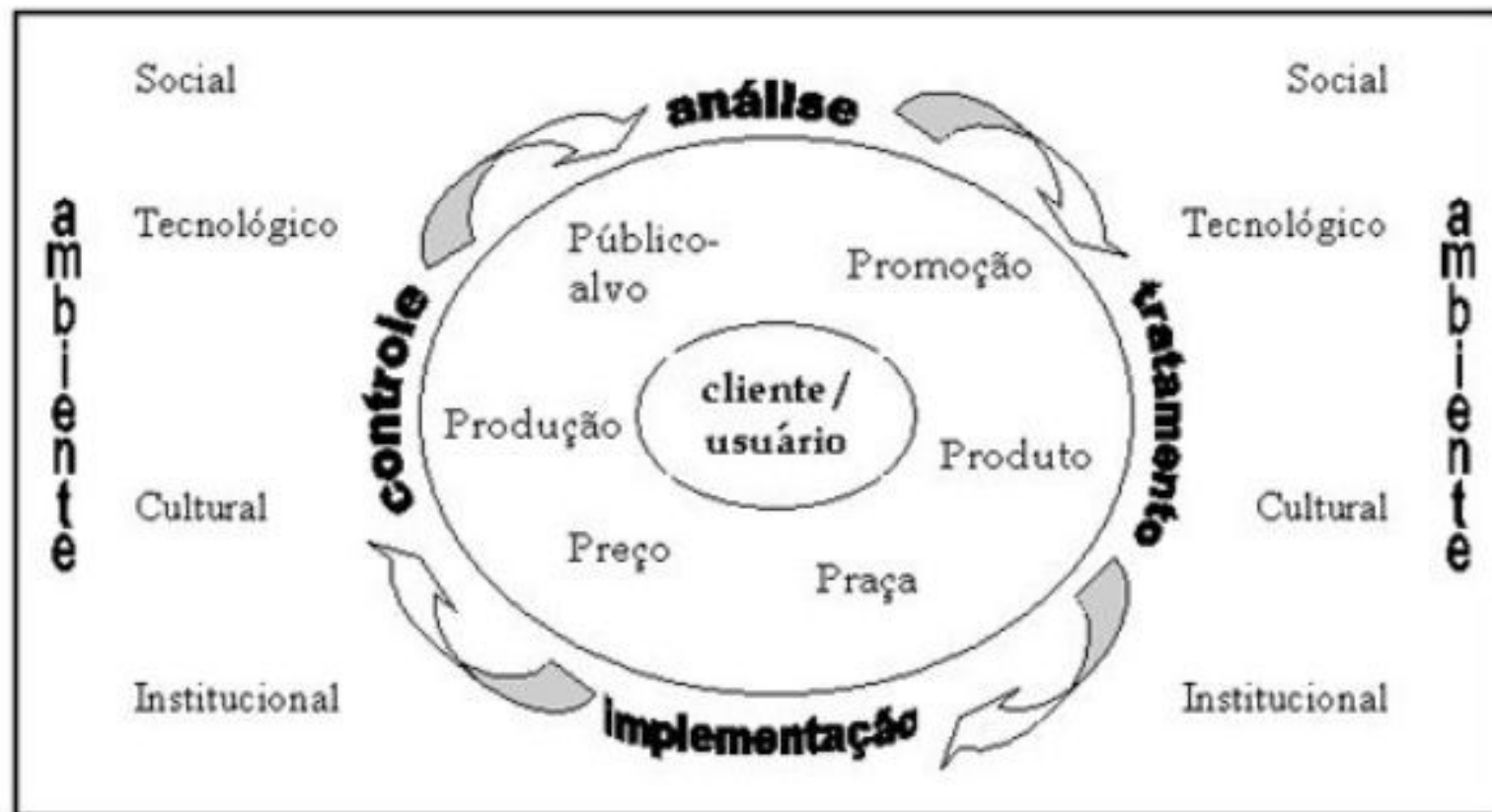
4P s -----	4C s
Produto-----	Cliente (solução para o)
Preço-----	Custo (para o cliente)
Praça(Pontos de Venda)---	Conveniência
Promoção-----	Comunicação

McCarthy - Basic Marketing

"PESSOAS E PROCESSOS"

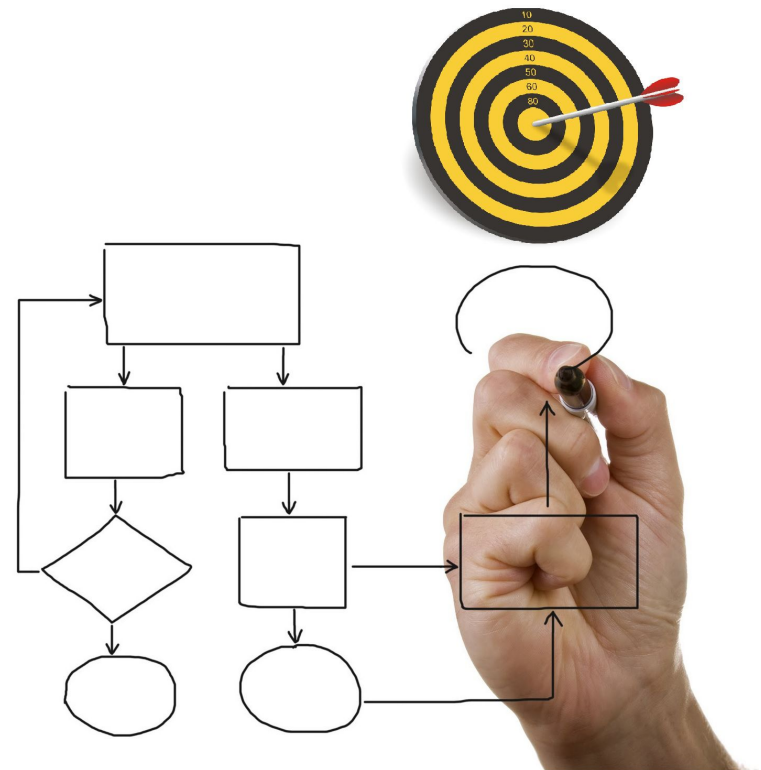
Caldas - Composto Marketing & Contemporaneidade

Profa. Dra. Rosangela F. Caldas - UNESP/FFC - Depto Ciência da Informação



ANÁLISE DO AMBIENTE DE MARKETING

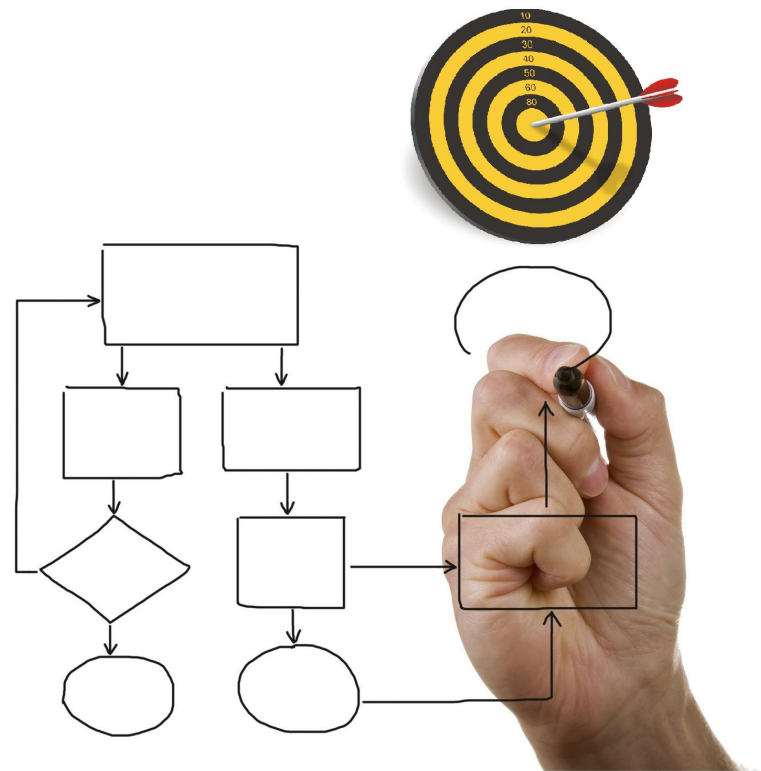
- “Hoje é necessário correr mais rápido para se continuar no mesmo lugar.”
- “As INSTITUIÇÕES bem-sucedidas têm visões do ambiente interno e externo de seus negócios. Elas reconhecem que o ambiente de marketing está constantemente apresentando novas oportunidades e ameaças e compreendem a importância de continuamente monitorar e se adaptar ao ambiente.”
- “Muitos não conseguem ver as mudanças como oportunidades. Suas estratégias, estruturas, sistemas e sua cultura organizacional ficam cada vez mais obsoletos e disfuncionais.”



ANÁLISE DO AMBIENTE DE MARKETING

- “Os maiores responsáveis pela identificação de significativas mudanças no mercado são os profissionais de marketing. Mais do que qualquer outro grupo na empresa, são esses profissionais que devem acompanhar as tendências e procurar oportunidades.”
- “Embora todo gerente em uma organização precise observar o ambiente externo, os profissionais de marketing têm duas vantagens: dispõem de métodos formais – a inteligência de marketing e a pesquisa de marketing – para coletar informações sobre o ambiente de marketing e dedicam mais tempo aos clientes e à observação de concorrentes.”

KOTLER, 2000



- Marketing é um conjunto de atividades que envolvem o processo de criação, planejamento e desenvolvimento de produtos ou serviços que satisfaçam as necessidades do consumidor, e de estratégias de comunicação e vendas que superem a concorrência.

- A nova visão do marketing
- Como consequência da extensão das funções dos profissionais de marketing, distinguem-se hoje o marketing estratégico e o marketing operacional.
- - Marketing Estratégico é relativo às funções que precedem a produção e a venda do produto. Inclui o estudo de mercado, a escolha do mercado-alvo, a concepção do produto, a fixação do preço, a escolha dos canais de distribuição e a elaboração de uma estratégia de comunicação e produção.
- - Marketing Operacional designa as operações de marketing posteriores à produção tais como a criação e desenvolvimento de campanhas de publicidade e promoção, a ação dos vendedores e de marketing direto, a distribuição dos produtos e merchandising e os serviços pós-venda.

- <http://www.criatives.com.br/2014/04/conheca-como-e-por-dentro-das-grandes-agencias-de-publicidade-no-brasil/>
- <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-utilizacao-do-marketing-na-administracao-de-instituicoes-de-ensino-superior-ies/20838/>
- <http://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/RosangelaCaldas/composto-de-mkt.pdf>