



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO – CED
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – CIN
CAMPUS UNIVERSITÁRIO- TRINDADE
CEP: 88040-970 - FLORIANÓPOLIS - SANTA CATARINA
Fone: (048) 3721-4075 Email: cin@contato.ufsc.br

PROGRAMA DE ENSINO

1 IDENTIFICAÇÃO

Disciplina: **CIN7921 Marketing em Arquivo**

Carga Horária: 72 H/A - 4 créditos (2 teóricos e 2 práticos)

Oferta: Optativa para os Cursos de Graduação em Ciência da Informação, Biblioteconomia, Arquivologia e áreas afins.

EMENTA

Marketing: histórico e evolução. Marketing técnicas e funções. Marketing aplicado em Arquivo. Plano de Marketing. Auditoria do Marketing. Endomarketing.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Aplicar o marketing com ferramenta de gestão em arquivos públicos e privados com ações culturais e sociais.

2.2 Objetivos Específicos

2.2.1 Apresentar o marketing: histórico, evolução e tendências;

2.2.2 Demonstrar as técnicas e funções de marketing;

2.2.3 Desenvolver um instrumento de plano de marketing;

2.2.4 Aplicar o marketing em arquivos públicos e privados.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

3.1 Marketing: histórico e evolução

3.2 Marketing: técnicas e funções

3.3 Marketing aplicado em Arquivos

3.4 Plano de Marketing

3.5 Auditoria do Marketing

3.6 Endomarketing

4 BIBLIOGRAFIAS

4.1 Bibliografia Básica

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2006. 240p. 658.89 A545c 6 exemplares

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. 5. ed. São Paulo: Livraria Pioneira, 2002. 166p (Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios) 658.114.8 D794a 6 exemplares

HOOLEY, Graham J.; PIERCY, Nigel F.; NICOULAUD, Brigitte. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. xvi, 439 p. ISBN 9788576058090. 658.8 H784e 4.ed 10 exemplares

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2006 750 p. 658.8 K87a 12. ed. 13 exemplares

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 185p. 658.8 L337p. 08 exemplares

4.2 Bibliografia Complementar

STONE, Merlin.; WOODCOK, Neil. **Marketing de relacionamento**. 4. ed. São Paulo: Littera Mundi, 2002. 197p **658.89 S879m 3 exemplares**

SWIFT, Ronald. **CRM - Customer Relationship Management: o revolucionário marketing de relacionamento com o cliente**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004. xix, 493 p. 658.89 S977c 6 5 exemplares

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011. 904 p. ISBN 9788575222751. 658.8 V393o 4 exemplares

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2011. xxxi, 783 p. ISBN 9788502121522. 658.8 Y21g 2.ed.rev.a 3 exemplares

ZEITHAML, Valarie A; BITNER, Mary Jo. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003. 658.8 Z48m 2. ed. 5 exemplares