



# GESTÃO MERCADOLÓGICA

**Professor:**  
Luis Guilherme Magalhães  
professor@luisguilherme.adm.br  
www.luisguilherme.adm.br  
(62) 9607-2031

---

---

---

---

---

---

---

---



# CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE MARKETING

---

---

---

---

---

---

---

---

GESTÃO MERCADOLÓGICA

## PRINCIPAIS CONCEITOS

- Diferença crucial de conceitos
  - Marketing X Administração Mercadológica
- Senso comum
  - Marketing = propaganda e publicidade

---

---

---

---

---

---

---

---

GESTÃO MERCADOLÓGICA

*“O objetivo do marketing é tornar a venda supérflua. É conhecer e compreender o cliente tão bem que o produto ou serviço sirva... e venda por si próprio”*

Peter Drucker

---



---



---



---



---



---



---

GESTÃO MERCADOLÓGICA

### **AS TRÊS FUNÇÕES CENTRAIS DE QUALQUER ORGANIZAÇÃO**

- Função Desenvolvimento de Produto/Serviço
  - Criar novos produtos e serviços
- Função Produção
  - Satisfazer às solicitações de consumidores
- Função Marketing
  - Comunicar o produto/serviço ao mercado

---



---



---



---



---



---



---

GESTÃO MERCADOLÓGICA

### **FUNÇÕES DO PROFISSIONAL DE MARKETING**

- Decidir quais recursos projetar em um novo produto
- Estipular preços
- Definir o local de venda dos bens ou serviços
- Determinar o quanto gastar com propaganda, vendas, internet e marketing digital

---



---



---



---



---



---



---

## O 44º PRESIDENTE DOS EUA

- Realizar pesquisa na internet ou livros a respeito da campanha eleitoral do Presidente Barack Obama (intitulada “Obama for America”)
  - Quais foram as características da campanha
  - Qual foi a colaboração do marketing na eleição deste presidencial
  - Quais as práticas de marketing adotadas para a campanha

---

---

---

---

---

---

---

---