

AGRONEGÓCIO

- Prof. André Roese
- E:mail: andre_roese@yahoo.com.br
- SITE:www.upoffice.com.br

CRONOGRAMA - EMENTAS

- A importância do marketing
- O escopo do marketing
- As novas realidades do marketing
- Orientação da empresa para o mercado
- Introdução ao composto mercadológico
- Conceito de mix de marketing
- Os 4Ps da administração de marketing moderna
- Produto; Preço; Promoção e Ponto de Venda
- Conceitos Básicos de Marketing
- Necessidades, desejos e demandas
- Mercados-alvo; posicionamento e segmentação
- Ofertas e marcas
- Valor e satisfação
- Canais de marketing
- Cadeia de suprimento

EMENTAS

- Concorrência
- Ambiente de marketing
- Planejamento Estratégico de Marketing
- Marketing e valor para o cliente
- Planejamento estratégico corporativo e em nível de divisão
- Planejamento estratégico da unidade de negócios
- Plano de marketing e marketing de desempenho
- Sistema de Informação de marketing (Pesquisa de marketing).
- Sistema de informações de marketing e inteligência de marketing
- O sistema de pesquisa de marketing
- Previsão e mensuração da demanda
- Análise do macroambiente
- Conectando-se com os clientes

Aula tema: Conceitos de Marketing- 25/08

- Leitura artigo
- Conhecimento prévio da aula tema.



Conceito de Marketing

“Marketing é uma função organizacional e uma série de processos para a criação, comunicação e entrega de valor para clientes, e para a gerência de relacionamentos com eles de forma que beneficie a organização e seus stakeholders”

American Marketing Association

Marketing

É um processo social por meio do qual pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam através da criação, da oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros.

Conceitos de Marketing

Necessidade - Ocorre quando uma pessoa se vê desprovida de elementos básicos como vestuário, comida e lar.

Desejo - É uma necessidade moldada pelo conhecimento, cultura e personalidade de uma pessoa.

Tipos de orientação em negócios

- A orientação de produção
- A orientação de produto
- A orientação de vendas
- A orientação de marketing
- A orientação de marketing holístico

Marketing Association Conceito

- É a atividade o conjunto de conhecimentos e os processos de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.
- O Marketing envolve a identificação e a satisfação de necessidades humanas e sociais.
- Conforme Drucker, o objetivo de marketing é conhecer e entender o cliente tão bem que o produto seja adequado a ele e se venda por si. PLT, 826, PG. 03. Nesse caso o que é necessário.

PRINCIPAIS GRUPOS DE MKT

- BENS – TANGÍVEIS: Produtos alimentícios frescos, enlatados, congelados
- SERVIÇOS – companhias aéreas, hotéis, aluguel de carro, contador, médicos;
- EVENTOS – Jogos Olímpicos, Copa do Mundo
- EXPERIÊNCIAS – Customizadas, Walt Disney World, Piratas do Caribe, Cabine simulações;
- PESSOAS – Artistas, músicos – celebridades possuem marca sua própria marca.
- LUGARES – Bancos comerciais, desenvolvimento econômico, corretores imobiliários.

PRINCIPAIS GRUPOS DE MKT

- PROPRIEDADES – Propriedades são direitos intangíveis de posse de bens tanto reais (imóveis) como financeiros (ações e títulos) elas podem ser compradas e vendidas por meio de esforços de marketing através de imobiliárias ou agencias financeiras.
- ORGANIZAÇÕES: Supermercados, Bancos, Teatros, Museus
- INFORMAÇÕES: Escolas, Faculdades, Diagnóstico
- IDÉIAS: Conceito básico – Motorista da hora, Skol desce redondo, todo conceito surge de uma ideia.

NECESSIDADES, DESEJOS E DEMANDAS

- Necessidades declaradas – o cliente quer um carro barato;
- Necessidades reais – O cliente quer um carro cujo a manutenção é barata e preço inicial;
- Necessidade não declarada – bom atendimento;
- Necessidade de algo a mais;
- Necessidades secretas : O cliente quer ser visto pelos amigos como um consumidor inteligente

VALORES ENTREGUES AO CLIENTE

- BEN - BENEFÍCIOS
- VA - VANTAGENS
- CA - CARACTERÍSTICAS