

FABEL – FACULDADE DE BELÉM
CURSOS TECNOLÓGICOS

Disciplina: **SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING.**

OBJETIVOS:

Capacitar os acadêmicos a compreenderem a importância da informação e dos sistemas de informação de marketing, através do conhecimento dos conceitos que norteiam o assunto.

.EMENTA : Visão global dos temas relacionados aos Sistemas de Informação em Marketing, desde a conceituação elementar até a sua implementação total, seus recursos e suas aplicabilidades. Principais componentes de um Sistema de Informação de Marketing, suas funções e principais usos e aplicações na atividade gerencial. Uso das principais ferramentas disponíveis pela tecnologia de informações, na estruturação e implementação de um sistema de informação de marketing.

.PROGRAMA:

UNIDADE I

- Introdução ao SIM.
- O que é um Sistema de Informação de Marketing?
- Sistema de registros Internos;
- Sistema de Inteligência de Marketing;
- Sistema de Pesquisa de Marketing;
- Sistema de Apoio a Decisão de Marketing.

UNIDADE II

- A informação como estratégia para as organizações;
- Tópicos em gerenciamento de sistemas, integração , segurança e controle;
- Integração de sistemas de marketing ;
- Gestão da segurança da informação de marketing;
- O controle da informação estratégica de marketing;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Pesquisa de Mercado e Sistemas de Informação de Marketing. In KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: Pearson, 2003.

SATAIR, Ralph M. Princípios de Sistemas de Informação. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

GORDON, Judith R. Sistemas de Informação - Uma Abordagem Gerencial. São Paulo: ltc, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de. Sistemas de Informações Gerenciais. São Paulo: Atlas, 2004.