

# Curso Superior de Tecnologia e Seqüencial de Gestão da Propaganda e Marketing

## Disciplina: Finanças em Marketing

Professor Douglas Miquelof



- A disciplina trata da importância da análise financeira no planejamento de marketing, análise de riscos financeiros, captação de recursos no mercado, previsão de fluxos de caixa, mercado financeiro e câmbio mercantil;
- Espera-se que após cursarem a disciplina, os alunos sejam capazes de realizar planejamento orçamentário, utilizando de métricas financeiras para prever investimentos, estabelecer metas, medir desempenho, performance e viabilidade.



- Macro e micro economia
- Mercado financeiro
- Administração Financeira
- Planejamento Orçamentário
- Fluxo de Caixa
- Gerência de preços
- Câmbio
- Retorno de Investimentos
- Análises e estudo de viabilidade



ASSEF, Roberto. Gerência de preços: como ferramenta de marketing – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005;

PADOVEZE, Cláudio Luís. Planejamento orçamentário: texto e exercícios – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005;

HOJI, Masakazu. Administração financeira: uma abordagem prática – São Paulo: Atlas, 2006;

ANDRADE, Eduardo e MADALOZZO, Regina. Microeconomia – São Paulo: Publifolha, 2003 (Coleção Biblioteca Valor);

MOURA, Marcelo e ANDRADE, Eduardo. Macroeconomia – São Paulo: Publifolha, 2003 (Coleção Biblioteca Valor);



SECURATO, José Roberto. Cálculo financeiro das tesourarias – São Paulo: Saint Paul, 2005;

SOUZA, Alceu. Decisões financeiras e análise de investimento: fundamentos, técnicas e aplicações – São Paulo: Atlas, 2004;

GAROFALO FILHO, Emílio. Cambio\$: princípios básicos do mercado cambial – São Paulo: Saraiva, 2005;

KASSAI, José Roberto. Retorno de investimento: abordagem matemática e contábil do lucro empresarial – São Paulo: Atlas, 2005;

BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de formatação de preços: políticas, estratégias e fundamentos – São Paulo, Atlas, 2004.

