Alex macedo, débora duarte, henrique sardella,

Rafael ambrósio e thiago alonso.

ATIVIDADE 01 - MARKETING ESTRATÉGICO

Professor alan kuhar

São paulo

2024

Sumário

1 Introdução 03

1.1 o que é CIÊNCIA ECONÔMICA? 03

1.2 o que é MARKETING? 03

2 Material e Método 04

2.1 ATUAÇÃO E RELEVÂNCIA 04

ReferÊncias 05

# Introdução

## O que é ciências econômicas

A Economia, ou Ciência Econômica, estuda como as coisas funcionam na Economia Capitalista, considerando que as pessoas agem de forma racional, ou seja, tentam usar os recursos limitados da melhor maneira possível para atender às suas várias necessidades. A Economia tenta resolver três perguntas principais: 1) O que e quanto produzir? 2) Como produzir? 3) Para quem produzir?

Basicamente, a Economia analisa como as pessoas, empresas e governos decidem usar recursos como trabalho, terra e dinheiro para satisfazer as necessidades de todos. A matéria se divide em duas partes: microeconomia, que olha para as decisões individuais das pessoas e empresas; e macroeconomia, que olha para coisas maiores, como o crescimento econômico, o desemprego e a inflação em todo o país. A economia ajuda a entender como as coisas são produzidas, distribuídas e consumidas, e isso é super importante para criar políticas econômicas que melhorem a vida de todos.

## O que é marketing

Marketing é uma disciplina que aborda o estudo e a aplicação de estratégias para entender, comunicar e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores, visando alcançar os objetivos de uma organização. Ele engloba diversas atividades, desde a pesquisa de mercado para compreender o comportamento do consumidor e identificar oportunidades, até o desenvolvimento de produtos/serviços, a definição de preços, a distribuição e a comunicação eficaz com o público-alvo.

Por meio do marketing, as empresas buscam criar valor para os clientes e estabelecer relacionamentos duradouros, diferenciando-se da concorrência e alcançando vantagem competitiva. Além disso, o marketing não se restringe apenas ao contexto empresarial, sendo aplicável também em organizações sem fins lucrativos e setores públicos, onde a persuasão e a gestão de relacionamentos são igualmente importantes para atingir metas e impactar positivamente a sociedade.

# Material e Método

## principais participantes de um mercado, caracterizando sua atuação e relevância

Os dois principais participantes de um mercado são o ofertante e o demandante. O ofertante é aquele que fornece bens ou serviços no mercado, buscando maximizar seus lucros ao determinar quantidades e preços de acordo com os custos de produção e a demanda do consumidor. Sua relevância reside na capacidade de influenciar a oferta total de um produto ou serviço, afetando assim os preços e a alocação de recursos na economia.

Por outro lado, o demandante é o agente que busca satisfazer suas necessidades e desejos através da aquisição de bens e serviços. Sua atuação é crucial, pois sua demanda determina a quantidade e o preço pelo qual está disposto a adquirir determinado bem ou serviço, influenciando diretamente a oferta e a dinâmica do mercado. Ambos os participantes desempenham papéis complementares na formação de preços e na alocação eficiente de recursos, refletindo os princípios fundamentais da Ciência Econômica.

ReferÊncias

O que é Economia? - FEA – USP

<https://www.fea.usp.br/economia/graduacao/o-que-e-economia#:~:text=A%20Ci%C3%AAncia%20Econ%C3%B4mica%20%C3%A9%20uma,escassos%20entre%20in%C3%BAmeros%20fins%20alternativos>.

A evolução do marketing e os conceitos de marketing social

<https://www.ufrb.edu.br/saed/images/discurssoes/A_evolu%C3%A7%C3%A3o_do_Marketing_e_os_conceitos_de_Marketing_Social.pdf>