

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas

Departamento de Administração

Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário - Goiabeiras

CEP. 29075.910 -ES – Brasil - Tel. (27) 3335.2599

E-Mail cursoadm@npd.ufes.br

PROGRAMA

Disciplina: ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING	Código:ADM 06148
Professor: Rogério Antonio Monteiro	
Carga Horária: Aulas: quarta: 7:00H às 9:00H – sexta: 7:00H às 9:00H	60 horas
Período:	2018-1

1 – EMENTA:

A disciplina busca aprofundar os conhecimentos adquiridos em Fundamentos de Marketing, especialmente nos conjuntos de temas:

1. ESTRATÉGIA E GESTÃO ESTRATÉGICA;
2. GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING: INOVAÇÃO, VENDAS, E-COMMERCE, DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS, COMUNICAÇÃO, MARCA E LOGÍSTICA;

A busca é entender e aplicar conhecimentos de estratégia e marketing em várias perspectivas a fim de construir uma nova agenda de debate e amadurecimento da VISÃO dos participantes do curso.

2 – OBJETIVOS:

- Aprofundar o conhecimento de estratégia, marketing, inovação e sustentabilidade;
- Saber posicionar colaborativa e competitivamente a organização, mediante o conhecimento sistemático de seu contexto de atuação;
- Saber desenvolver proposta e inovação de valor com base em competências, diferenciação e necessidades dos clientes;
- Alinhar o conhecimento e discurso de responsabilidade social e ambiental ao de marketing;
- Saber utilizar novas tecnologias de informação e inovação para ampliar as competências das organizações;
- Ganhar habilidades para formular, implementar e medir planos e projetos.

3 - MÉTODO DE ENSINO:

Aulas expositivas e leituras orientadas em grupo.
Recursos de data show, filmes, revistas, livros e Internet.
Tratamento teórico e empírico de eventos contemporâneos.
Apresentação de teses e dissertações.
Discussão de casos.

4. AVALIAÇÃO

1. Prova individual escrita – peso 5,5
2. Apresentação de trabalho em grupo – peso 3,5
3. Participação em sala de aula – presença e desenvolvimento de trabalhos – peso 1,0

5 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Temas que serão abordados no curso:

TEMAS	REFERÊNCIAS
1. ESTRATÉGIA E TECNOLOGIAS DE GESTÃO - Estratégia: significações - Empreendedorismo e Balanced Scorecard TEXTOS	<ol style="list-style-type: none">1. CARTER, Chris. Um livro bom, pequeno e acessível sobre estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2010.2. HEIJDEN, Kees Van Der. Três paradigmas concorrentes em gestão estratégica. IN: Planejamento de cenários. Porto Alegre: Bookman, 20033. PORTER, Michael. O que é estratégia? IN: <i>Competição</i>. RJ: Campus, 1999.4. PORTER, Michael. A nova era da estratégia. HSM Management, v. 1, n. 1, p. 18-28, 2000.4.1. PORTER, Michael. Estratégia Competitiva. Filme, 1995.4. LIPPARINI, Andrea. Como sustentar o crescimento com base nos recursos e nas competências distintas: a experiência da Illycaffè. RAE, Abr/Jun 2000.5. KOTLER, P. Marketing para o Século XXI. Campus: RJ, 2000.6. MINTZBERG, Henry, Bruce Ahlstrand Joseph Lampel. A escola do Design. IN: Safári de Estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2002.7. MINTZBERG, Henry, Bruce Ahlstrand Joseph Lampel. A escola empreendedora. IN: Safári de Estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2002.8. MINTZBERG, Henry, Bruce Ahlstrand Joseph Lampel. A escola de configuração. IN: Safári de Estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2002.9. KAPLAN, Robert S. Como a Mobil se transformou em organização orientada para a estratégia. IN: Organização orientada para a estratégia. RJ: Campus, 2001.10. KAPLAN, Robert S. Execução Premium. RJ: Campus, 2005.11. PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Criação de valor compartilhado:

	como reinventar o capitalismo e desencadear uma onda de inovação e crescimento. Harvard Business Review , v. 89, n. 1, p. 21-33, 2011
2. GESTÃO E AMBIENTE - Comportamento de consumo, sustentabilidade, gestão estratégica e empreendedorismo TESES	TESES E DISSERTAÇÕES: TEMAS 1- ESTRATÉGIA DE PEQUENAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA 2 - COCRIAÇÃO DE VALOR
3. COMPOSTO DE MARKETING - Desenvolvimento de produto, inovação, e-commerce e APL - Posicionamento, logística e cadeia de valor - Responsabilidade social, comunicação e marcas TESES	3- INOVAÇÃO DE PRODUTOS E COOPERAÇÃO VINHOS 4 - APL DE TURISMO 5 - POSICIONAMENTO DE MARCAS DE SERVIÇOS 6 - LOGÍSTICA FAST FOOD 7 - DISCURSO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL – O CASO DO PETRÓLEO
4. GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING - Estrutura de marketing - Estratégia de marketing - Posicionamento TESES	8 - POSICIONAMENTO E SEGMENTAÇÃO MERCADO INFANTIL 9 - ESTRATÉGIA DA EMPRESA E ESTRUTURA DE MARKETING
5. MARKETING DIGITAL	10 – E-MARKETPLACE E DIFERENCIAÇÃO 11 – ESTRATÉGIA DE E-COMMERCE 12 - COMPORTAMENTO DE CONSUMO ON-LINE

6. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. SP: Prentice Hall, 2000.

DIAS, Sergio Roberto. **Gestão de Marketing**. SP: Saraiva, 2003.