

Disciplina:

ADM2307 - Gestão de Marketing

Ementa:

Aplicação dos conceitos de segmentação e posicionamento de mercado. O planejamento e a gerência de produtos. Gerência de serviços. Gerência de canais de distribuição. Considerações mercadológicas sobre a formação de preços. Gerência de comunicação de marketing. Gerência de marketing em contextos de baixa renda. Gerência de marketing em contextos internacionais. Estudos de casos empresariais em marketing.

Bibliografia:

Básica: ROCHA, A.; FERREIRA, J.; SILVA, J. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2012. Complementar: BOONE, L.; KUTZ, D. Marketing Contemporâneo. São Paulo: Cengage Learning, 2011. KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de Marketing. 15.ed. São Paulo: Pearson, 2019. Complementar: AAKER, D. On Branding. Porto Alegre: Artmed, 2015. FERREL, O.; HARTLINE, M. Estratégia de marketing: Teoria e casos. São Paulo: Cengage, 2016. LEVITT, T. A Imaginação de Marketing. São Paulo: Atlas, 1990. MELO, E. Gestão de Marketing e Branding. A Arte de Desenvolver e Gerenciar Marcas. 2ª ed. São Paulo: Alta Books, 2016. TYBOUT, A. M.; CALKINS, T. Branding. São Paulo: Atlas, 2006. URDAN, F.T.; URDAN, A.T. Gestão do Composto de Marketing. São Paulo: Atlas, 2013.