

Programa Analítico de Disciplina

ADM 322 - Tópicos Avançados em Marketing

Departamento de Administração e Contabilidade - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Catálogo: 2019

Número de créditos: 4
Carga horária semestral: 60h
Carga horária semanal teórica: 4h
Carga horária semanal prática: 0h
Semestres: I

Objetivos

Não definidos

Ementa

Evolução recente da filosofia de marketing. Aplicação do marketing aos diversos setores. O novo enfoque estratégico de marketing: manutenção de clientes.

Pré e co-requisitos

ADM 320 ou ADM 335

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Administração	Geral
Ciências Contábeis	Geral

ADM 322 - Tópicos Avançados em Marketing

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. Evolução recente da filosofia de marketing 1. Marketing societal 2. Marketing ambiental e ecológico	4h	0h	0h	0h	4h
2. Aplicação do marketing aos diversos setores 1. Marketing de serviços 2. Marketing industrial 3. Marketing de varejo 4. Marketing de turismo	28h	0h	0h	0h	28h
3. O novo enfoque estratégico de marketing: manutenção de clientes 1. Marketing de posicionamento 2. Marketing de relacionamento e database marketing 3. Marketing direto e marketing de internet	28h	0h	0h	0h	28h
Total	60h	0h	0h	0h	60h

(T)Teórica; (P)Prática; (ED)Estudo Dirigido; (Pj)Projeto; Total(To)

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Não definidos
Prática	Não definidos
Estudo Dirigido	Não definidos
Projeto	Não definidos
Recursos auxiliares	Não definidos

ADM 322 - Tópicos Avançados em Marketing

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
BEKIN, F. SAUL. Endomarketing: como praticá-lo com sucesso. Pearson- Prentice-Hall, 2005.	0
DIAS, R. e CASSAE, Mauricio. Fundamentos do marketing de turismo. Makron 2005.	0
KOTLER, P. Marketing para o século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados. Ediouro, 2009.	0
LAS CASAS, A.L. Marketing de serviço. Atlas, 2006.	0
LAS CASAS, A.L. Marketing de varejo. Atlas, 2006.	0
PEPPERS, D.; ROGERS, M. Marketing um a um. Campus, 1994.	0

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
ANDREASSEN, Alan R. Ética e Marketing Social. Futura. 2002.	0
ANGELO, C F de & SILVEIRA, J A G (coord). Varejo competitivo - vol 9 (projeto Provar). Saint Paul: Institute of Finance, 2004.	0
CASSARO, A.C Como obter e manter sucesso no varejo. Pioneira, 1999.	0
HOFFMAN, K.D. & BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos estratégias e casos. Pioneira. 2006.	0
KOTLER, P & KELLER, K Lane. Administração de marketing. 12.ed. Atlas. 2006.	0
LOVELOCK, C. & WIRTZ, J. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. 5ª ed. Pearson-Prentice-Hall, 2006.	0
MADRUGA, R. Guia de implementação de marketing de relacionamento. Atlas 2004.	0
McKENNA, R. Marketing de relacionamento. Campus, 1996.	0
PRINGLE, Hamish e THOMPSON, Marjorie. Marketing social: marketing para causas sociais e construção das marcas. Makron.	0
SLONGO, Luiz. A. e LIBERALI, G. Marketing de relacionamentos: estudos, casos e propostas de pesquisa. Atlas, 2004.	0
TAVARES, Mauro Calixta. Gestão de marcas: construindo marcas de valor. Harbra, 2008.	0
WEITZ, Barton A. e LEVY, M. Administração do varejo. Atlas, 2000.	0