

Componente Curricular: Marketing Estratégico	
Pré-requisitos: Teorias Administrativas	
Carga Horária Total: 36h	
Carga Horária Prática: 0h	Carga Horária Teórica: 36h
<p>Objetivos</p> <p>Gerais:</p> <p>Apresentar conceitos e técnicas do marketing estratégico realçando sua função no desenvolvimento de novos produtos e geração de vantagem competitiva.</p> <p>Específicos:</p> <p>Apresentar a visão do planejamento estratégico de marketing.</p> <p>Introduzir métodos de análise macroambiental e interna, visando o desenvolvimento de produtos (da bancada ao mercado).</p>	
<p>Ementa:</p> <p>Visão estratégica de marketing. Planejamento mercadológico. Análise ambiental e ciclo de vida do produto. Posicionamento no mercado (segmentação e imagem).</p>	
<p>Conteúdo programático</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Função de marketing (4Ps) 2. Administração Estratégica e Marketing Estratégico. 3. Métodos para Análise Macroambiental e Análise Interna 4. Orientação ao Mercado: análise ambiental e ciclo de vida do produto. 5. Análise de Portfólio de Produto. Atratividade de Mercado 6. Segmentação e posicionamento de mercado e imagem da marca. 	
<p>Metodologia de Ensino Utilizada</p> <p>Aulas expositivas, leituras e estudos de casos</p>	
<p>Recursos Instrucionais Necessários:</p> <p>Sala de aula com microcomputador e projetor multimídia</p>	
<p>Critérios de avaliação</p>	
<p>Bibliografia Básica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação. 6 ed. Porto Alegre: 	

Bookman, 2010.

2. KAMINSKI, P. C. Desenvolvendo produtos com planejamento, criatividade e qualidade. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
3. KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 12. ed. Porto Alegre: Pearson, 2006.
4. PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

Complementar:

1. HOOLEY, Graham J.; PIERCY, Nigel F.; NICOULAUD, Brigitte. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. 4. ed. Porto Alegre: Pearson Education, 2013.
2. RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a Batalha por sua Mente. São Paulo: M. Books do Brasil Ltda, 2009.