

PLANO DE ENSINO

ANO E SEMESTRE				
2019/2				
PROFESSOR				
Ricardo Teixeira Veiga				
DISCIPLINA				
Seminário em Estratégia, Marketing e Inovação: Strategic Marketing				
CÓDIGO	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA	HORÁRIO	DIA DA SEMANA
CAD 985	02	30 horas/aula	08:00 às 11:45	Quinta-feira
AUTORIZA OFERTA DE MATRÍCULA NA MODALIDADE DISCIPLINA ISOLADA?				
(x) Sim () Não				
VAGAS				
4 vagas				
AUTORIZA OFERTA DE MATRÍCULA DE GRADUANDO NA MODALIDADE DISCIPLINA ELETIVA?				
() Sim () Não				
VAGAS				
A DISCIPLINA É MINISTRADA EM IDIOMA ESTRANGEIRO: CASO SIM, QUAL IDIOMA?				
() Não (x) Sim Qual: Inglês				

EMENTA

Students are supposed to learn the theoretical foundations of strategic marketing in order to critically analyze and solve marketing strategy related problems.

PROGRAMA

- 1) Theoretical foundations of strategic marketing
- 2) Introduction to strategic management
- 3) Marketing planning
- 4) Marketing strategic decisions
- 5) Marketing tactics
- 6) Strategic marketing in a global economy
- 7) Case studies
- 8) A game of strategic marketing

BIBLIOGRAFIA

ADHIKARI, Atanu; ROY, Sanjit Kumar (Ed.). Strategic Marketing Cases in Emerging Markets. Springer, 2017.

BAKER, Michael J.; SAREN, Michael (org.). Marketing theory: a student text. 2nd ed. Sage, London, 2010.

HUNT, Shelby. Marketing theory: foundations, controversy, strategy, Resource - Advantage Theory. .E. Sharpe, New York, 2010.

LUSCH, Robert F.; VARGO, Stephen L. The service-dominant logic of marketing: Dialog, debate, and directions. Routledge, 2014.

Harvard Business Review's Reads.

TEXTOS E DOCUMENTOS DISPONÍVEIS NA WEB

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

Class attendance and participation: 20%

Individual and group exercises: 20%

Group project: 30%

Review exam: 30%

INFORMAÇÕES ADICIONAIS