

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PLANO DE ENSINO

ANO E SEMESTRE				
2020/1				
PROFESSOR				
Ricardo Teixeira Veiga				
DISCIPLINA				
Teoria de Marketing				
CÓDIGO	CRÉDITOS	CARGA HORÁRIA	DIA DA SEMANA	HORÁRIO
CAD009 MT	02	30	Terça-feira (primeiro bimestre)	8:00 - 11:45
AUTORIZA A OFERTA DE MATRÍCULA NA MODALIDADE DISCIPLINA ISOLADA?				
<input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> Sim – Número de vagas: 5				
AUTORIZA OFERTA DE MATRÍCULA DE GRADUANDO NA MODALIDADE DISCIPLINA ELETIVA?				
<input checked="" type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim – Número de vagas (até 2 vagas): _____				
A DISCIPLINA É MINISTRADA EM IDIOMA ESTRANGEIRO?				
<input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> Sim Qual: Inglês				
LINHA DE PESQUISA À QUAL A DISCIPLINA É VINCULADA				
<input checked="" type="checkbox"/> Estratégia, Marketing e Inovação <input type="checkbox"/> Estudos Organizacionais, Trabalho e Sociedade <input type="checkbox"/> Finanças				
PROJETO(S) DE PESQUISA APROVADO(S) EM ÓRGÃO(S) DE FOMENTO QUE PODE(M) SER VINCULADO(S) À DISCIPLINA				
AGÊNCIA(S) DE FOMENTO				

NÚMERO DE PROTOCOLO DO REGISTRO/DA APROVAÇÃO NA PLATAFORMA BRASIL (se for o caso)

EMENTA

Concepts of science and epistemic attitudes. Marketing: concept, philosophy x function, marketing as a science. 3D model. Scientific explanations, laws, and theories. Disciplines underlying marketing. Marketing theoretical subareas. Marketing general theories: Resource-Advantage (R-A) theory and Service-Dominant (S-D) logic.

PROGRAMA

Class	Brief Content	Basic References
01	Introduction. What science is? Different epistemic attitudes. Marketing: philosophy or function	BS (2010): {1,2}
02	Marketing as a science; model 3D	H2010: {1,2}; Papers {MM; EM}
03	Scientific explanations; disciplines underlying MT	H2010: {3,4}; BS (2010): {5,6}
04	Scientific explanations; disciplines underlying MT	H2010: {5,6}; BS (2010): {7,8}
05	Scientific theories; marketing theories	H2010: {7,8}; BS (2010): {9,10,11}
06	R-A theory; disciplines underlying MT	H2010: {13,14,15}; BS (2010): {12,13}
07	Marketing theoretical subareas	BS (2010): {12,13,14,15}
08	Service-dominant logic; marketing theoretical subareas	BS (2010): {16,17,18,19}

BIBLIOGRAFIA

- [BS2010] BAKER, Michael J.; SAREN, Michael (org.). *Marketing theory: a student text*. 2nd ed. Sage, London.
- [H2010] HUNT, Shelby. *Marketing theory: foundations, controversy, strategy, Resource-Advantage Theory*. M. E. Sharpe, New York.
- Papers, chapters, and dissertations.

TEXTOS E DOCUMENTOS DISPONÍVEIS NA WEB

- The Stanford Encyclopedia of Philosophy. Available at: <https://plato.stanford.edu/index.html>
- Service-Dominant Logic website. Available at: <https://www.sdlogic.net/index.html>

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

- Attendance: 08 (eight) points.
- Seminars: 40 (forty) points.
- Written works: 12 (twelve) points.
- Review exam: 40 (forty) points.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Lectures will be given in English.