



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/>	Disciplina
<input type="checkbox"/>	Atividade complementar
<input type="checkbox"/>	Monografia

<input type="checkbox"/>	Estágio
<input type="checkbox"/>	Prática de ensino
<input type="checkbox"/>	Módulo

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

☒ OBRIGATÓRIO

☐ ELETIVO

☐ OPTATIVO

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária Semanal		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
ADMT0062	Administração de Marketing II	60	-	04	60	7º.

Pré-requisitos	ADMT0019	Co-Requisitos	-	Requisitos C.H.	60
----------------	----------	---------------	---	-----------------	----

EMENTA

Planejamento estratégico em marketing. O Plano de Marketing. Estratégias de Marketing. Análise de Concorrência. Marketing social e ética no Marketing. Marketing Internacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING
O PLANO DE MARKETING
ESTRATÉGIAS DE MARKETING
ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA
MARKETING SOCIAL E ÉTICA NO MARKETING
MARKETING INTERNACIONAL

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. Administração estratégica e vantagem competitiva: casos brasileiros cedidos pela Central de Cases ESPM. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 326p.
HOOLEY, Graham J. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3ª. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005. 464p. (21)
[KOTLER, Phillips](#). Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10ª. Ed. São Paulo: Prentice – Hall, 2000. 470p. (20)
[KOTLER, Phillips](#). [KELLER, Kevin Lane](#); Administração de Marketing. 12ª. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750p. (15)
MICHAELSON, Steve. Sun Tzu: estratégias de marketing: 12 princípios fundamentais de vencer a guerra por clientes. São Paulo: Makron Books, 2005. 213p. (20).
TANURE, Betânia; DUARTE, Roberto Gonçalves (Org.) Gestão Internacional. São Paulo: Saraiva, 2006. 246p. (5)
WESTWOOD, John . Plano de Marketing. 2 ed. São Paulo: Makron Books, 2007. 229p. (10)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Manual de planejamento estratégico: desenvolvimento de plano estratégico com a utilização de planilhas Excel. 2ª. Ed. São Paulo; Atlas, 2003. 156p. (1)

BEKIN, Saul Faingaus. Endomarketing: como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 186p. (8)

GELMAN, J. J.; PARENTE, Juracy (Coordenadores). Varejo socialmente responsável. Porto Alegre: Bookman, 2008. 234p. (5)

GELMAN, J. J.; PARENTE, Juracy (Coordenadores). Varejo e responsabilidade social: visão estratégia e práticas no Brasil. . Porto Alegre: Bookman, 2006. 182p.. (5)

KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Márcia. M-Business: tecnologia móvel e estratégia de negócio. Porto Alegre: Bookman, 2002. 249p. (13)

KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Márcia. e-Business: estratégia para alcançar o sucesso no mundo digital. 2ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 470p. (10)

LOVERLOCK, Cristhopher H.; LOVERLOCK, . Cristopher, WIRTZ, Jochen . Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. 5ª. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.. 412p. (10)

RICCA, Domingos. Administração e marketing para pequenas e médias empresas de varejo. São Paulo: Prentice Hall, 2005 . 267p. (5)

SALOMON, Michael R. Comportamento do Consumidor : comprando, possuindo e sendo. 5ª. Ed. Porto Alegre : Bookman, 2008. 680p. (10).

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE A DISCIPLINA

NUCLEO DE GESTÃO

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 13/07/2020

EMENTA Nº 211/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 14/07/2020 20:51)

MARCONI FREITAS DA COSTA

COORDENADOR DE GRADUACAO

1639834

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
211, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **13/07/2020** e o código de verificação: **836f6d31d1**