UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Departamento de Administração
Av. Fernando Ferrari, 514 - Campus Universitário - Goiabeiras
CEP. 29075.910 -ES – Brasil - Tel. (27) 3335.2599
E-Mail cursoadm@npd.ufes.br

PROGRAMA

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão de Marketing	**Código:ADM 06167**
Professor: Rogério Antonio Monteiro	
Carga Horária:	**60 horas**
Período:	**2013-1**

1 – EMENTA:

A execução da estratégia é uma das tarefas mais difíceis dos executivos. Vários estudos mostram que a porcentagem de insucesso é de 70% a 90%. Diante disso, o foco da disciplina é desenvolver uma abordagem com base na "gestão da estratégia", inclusive estratégia de marketing, para auxiliar os participantes a lidar com este desafio.

A abordagem do curso está orientada para temáticas envolvendo a GESTÃO DA ESTRATÉGIA e MARKETING, visando responder as seguintes questões:

RESPONDER AS SEQUINTES QUESTÕES:

1. Como analisar e explicar a realidade da empresa e das atividades de marketing?

2. Como conceber estratégia e estratégia de marketing?

3. Como viabilizar estratégia e estratégia de marketing?

4. Como implementar estratégia e estratégia de marketing?

2 – OBJETIVOS:

Desenvolver os temas:

1. Analisar e explicar a realidade da empresa e das atividades de marketing.

2. Conceber estratégia e estratégia de marketing.

3. Viabilizar estratégia e estratégia de marketing.

4. Implementar estratégia e estratégia de marketing.

3 - MÉTODO DE ENSINO:

Aulas expositivas e leituras orientadas em grupo.
Recursos de data show, filmes, revistas, livros e Internet.
Tratamento teórico e empírico de eventos contemporâneos.
Apresentação de textos, teses e dissertações.
Discussão e elaboração de casos.

4. AVALIAÇÃO:

1. Avaliação individual – peso 2,0.
2. Apresentação de textos em grupo – peso 5,0.
3. Participação em sala de aula – peso 3,0.

5 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Temas que serão abordados no curso:

5.1. Introdução à Estratégia, à Gestão Estratégica e ao Balanced Scorecard

Temas: estratégia, gestão estratégica, marketing e balanced scorecard.

Texto 01: PORTER, Michael. **A nova era da estratégia**. Revista HSM Management. Edição especial, 2000.

Texto 02: KAPLAN, Robert S., David P. Norton. **Como a Mobil se transformou em organização orientada para a estratégia**. IN: Organização orientada para a estratégia. RJ: Campus, 2001.

Texto 03: Manual de Elaboração e Gestão de Projetos Orientados para Resultados, SEBRAE, 2005.

Texto 04: KAPLAN, Robert S., David P. Norton. **Introdução**. IN: Execução Premium. RJ: Campus, 2006.

5.2. Analisar e explicar a realidade da empresa e das atividades de marketing

Temas: ferramentas para análise de ambiente externo, análise setorial, análise de cenários e análise do ambiente interno.

Texto 05: HEIJDEN, Kees Van Der. **Uma arte para profissionais**. IN: Planejamento de cenários. Porto Alegre: Bookman, 2003.

Texto 06: BETHLEM, Agrícola. **As fases da evolução do pensamento estratégico**. IN: Evolução do pensamento estratégico no Brasil. SP: Atlas, 2003.

Texto 07: BETHLEM, Agrícola. **Checklist para a avaliação de estratégias**. IN: Estratégia Empresarial. SP: Editora Atlas, 2001.

Texto 08: BETHLEM, Agrícola. **Análise de Marketing**. IN: Estratégia Empresarial. SP: Editora Atlas, 2001.

5.3. Conceber estratégia e estratégia de marketing

Temas: planejamento e desenvolvimento de estratégias, posicionamento estratégico e plano de negócios e marketing.

Texto 09: KAPLAN, Robert S., David P. Norton. **Desenvolvimento da Estratégia**. IN: Execução Premium. RJ: Campus, 2006.

Texto 10: KAPLAN, Robert S., David P. Norton. **Planejamento da Estratégia**. IN: Execução Premium. RJ: Campus, 2006.

Texto 11: CASO 01 – ANDRADE, Aurélio L. **Posicionamento Estratégico da Estádio3 Engenharia de Estruturas: A Construção de uma Estratégia Sistêmica**. IN: Pensamento Sistêmico. RS: Bookman, 2006.

Texto 12: CASO 2 - CHANG, Érica. Plano de negócios para um restaurante de fast food de comida turca. USP, 2005.

5.4. Viabilizar estratégia e estratégia de marketing

Temas: negociação, contratualização (liderança) e consenso sobre estratégia e marketing e a questão da mudança organizacional.

Texto 13: GREY, Christopher. O Fetiche da Mudança. RAE, jan/mar 2004.

Filme: Doze homens e uma sentença.

5.5. Implementar estratégia e estratégia de marketing

Temas: gestão de processos de clientes, gestão de processos de inovação e monitoramento e avaliação de estratégia e marketing.

Texto 14: GONÇALVES, José Ernesto Lima. Processo, que processo? RAE, 2010.

Texto 15: KAPLAN, Robert S., David P. Norton. **Processos de Gestão de Clientes**. IN: Mapas Estratégicos. RJ: Campus, 2004.

Texto 16: KAPLAN, Robert S., David P. Norton. **Processos de Inovação**. IN: Mapas Estratégicos. RJ: Campus, 2004.

Texto 17: CASO 3 - MONTEIRO, Rogério. Processo de Gestão Estratégica, Marketing e Investimentos Defensivos, 2012.