

| Código        | UCC | Disciplina                            | Carga horária |         |       | Pré-requisito |
|---------------|-----|---------------------------------------|---------------|---------|-------|---------------|
|               |     |                                       | Teórica       | Prática | Total |               |
| 1.07.03.<br>6 | ADM | Administração Estratégica e Marketing | 20            | 20      | 40    | -             |

**Objetivo geral:**

Compreender o processo de planejamento estratégico e de marketing, nas etapas de diagnóstico, prognóstico e implementação de estratégias de marketing, propiciando a construção de vantagens competitivas para a organização, bem como, avaliar e alinhar a implementação e o resultado da estratégia empresarial no processo de tomada de decisão.

**Ementa**

A estratégia e suas Perspectivas. Liderança e o processo de administração estratégica. Planejamento Estratégico orientado para o Mercado. Análise do ambiente das organizações. Análise da concorrência. Análise interna. Análise das forças competitivas e da cadeia de valor da empresa. Conceitos de Marketing. O composto de marketing. Posicionamento estratégico de marketing. Como lidar com a concorrência. Comportamento consumidor. Segmentação de mercado. Pesquisa de mercado.

**Sugestões Bibliográficas:**

**Básica:**

BARNEY, Jay B. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

GAMBLE, John E. THOMPSON JR., Arthur A. **Fundamentos da administração estratégica: a busca pela vantagem competitiva**. 2ª Edição. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2012.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 15º. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

**Complementar:**

BARNEY, Jay B. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CERTO, Samuel C. et al. **Administração Estratégica: planejamento e implementação da estratégia**. 2 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.

CRAVENS, D. W.; PIERCY, N. F. **Marketing estratégico**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2007. 752p.

COBRA, Marcos. URDAN, André Torres. **Marketing Básico**. 5º. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

DHRUV, G.; MICHAEL, L. **Marketing**. 2. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. 432p. (Série A).

HOOLEY, Graham J. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Estratégia Empresarial e Vantagem Competitiva**. São Paulo: Atlas, 2009.

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

SERRA, Fernando Antonio Ribeiro. et al. **Estratégia em diferentes contextos empresariais: fundamentos, modelos e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12º. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.