



PLANO DE ENSINO **2019**

Departamento de Economia, Administração e Sociologia – ESALQ/USP
LES 318 – Marketing II

1s/2019

PROGRAMA

I.PROFESSOR RESPONSÁVEL

Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers

II.OBJETIVOS

- Conceituar gestão estratégica de mercado enquanto processo dinâmico;
- Capacitar o aluno a entender e aplicar as principais correntes teóricas sobre a análise estratégica e vantagem competitiva sobre a orientação para marketing;
- Contextualizar o cenário empresarial no que diz respeito à constante necessidade da organização avaliar as pressões por mudanças e;
- Compreender os usos e limitações da gestão estratégica e tática de marketing.

III.PROGRAMA ANALÍTICO

1. Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing
2. Criação de relações de longo prazo baseadas em fidelidade
3. Análise dos mercados organizacionais
4. Criação de *brand equity*
5. Dinâmica competitiva
6. Introdução de novos produtos no mercado
7. Gestão de longo prazo de uma organização de marketing holístico
8. Marketing de sustentabilidade
9. Marketing digital
10. Franchising
11. Trade Marketing e comportamento do *shopper*

IV.TEXTO BÁSICO RECOMENDADO

Livro texto: KOTLER, Philip. **Marketing Management**. Prentice Hall: New Jersey, 14 ed., 2012, 658p.

AAKER, D. A. **Administração Estratégica de Mercado**. 5ª. ed., Bookman: São Paulo, 2001, 323p. (658.8 A111a5)



PLANO DE ENSINO 2019

- ANSOFF, H. Igor. **Implantando a Administração** Estratégica. Tradução de Antônio Zoratto Sanvicente. SP, Atlas, 1993, 590p. (658.4 A622i2)
- BEEMER, C. B.; SHOOK, R. L. **Marketing Estratégico**: tudo o que mega e micro empresários devem saber.. Ed. Futura: São Paulo, 1997, 317p. (658.8 B414m)
- CAMP, Robert C. **Benchmarking**: o caminho da qualidade total. São Paulo: Pioneira, 3ª. Ed., 1998, 250p.
- CAVALCANTI, M. (org.). **Gestão estratégica de negócios**: cenários, diagnósticos e ação. Ed. Pioneira: São Paulo, 2001, 385p. (658 C376g)
- COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I. **Feitas para Durar**. 9ª. ed., Rocco: Rio de Janeiro, 2000, 408p. (658 C712f9)
- FERRELL, O. C. et. al. **Estratégia de Marketing**. Ed. Atlas: São Paulo, 2000, 306p. (658.8 F383e)
- GHEMAWAT, PANKAJ. **Estratégia e o Cenário dos Negócios**. Porto Alegre: BOOKMAN COMPANHIA ED. 380p. 2000.
- HAMEL, Gary; PRAHALAD, C. K. Competindo pelo Futuro. Ed. Campus: São Paulo, 9a. ed., 1995, 377p. (658.4 H212c)
- HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica**. São Paulo: Thomson, 4a. ed., 2003, 550p. (658.4 H676a)
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **Organização Orientada para Estratégia**. Ed. Campus: Rio de Janeiro, 2001, 411p. (658.4 K17o5)
- MARTINELLI, D. P.; SPERS, E. E.; COSTA, A. F. Capítulo 17. Ypióca – Introduzindo uma Bebida Genuinamente Brasileira no Mercado Global in: NEVES, M. F.; SCARCE, R. F. (organizadores). **Marketing e Exportação**. Editora Atlas, p. 272-303, 2001.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B. **Safári de Estratégia**. Bookman: São Paulo. 2000, 299p. (658 M667s)
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e prática. SP, Atlas, 2001, 337p. (658.4 O48p16)
- PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 5ª. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991. 362p. (658.4 P847e7)
- PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. 11ª. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989. 512p. (658.4 P847v21)
- SPERS, E. E. Estudo de Caso Dungulin State. **Seminário Internacional PENSA/FIA/FEA/USP de Agribusiness**, 1999.
- SPERS, E. E., Aracruz: internacionalizando a dívida no balcão de Nova York. **Revista Case Studies**. IBMEC, Rio de Janeiro, ano 2, no. 7, jan./fev. 1998, 54-69p.
- YOSHINO, M. Y.; RANGAN, U. S. **Alianças Estratégicas**. Makron Books: São Paulo, 1997, 263p.

Os documentos no eDisciplinas: <https://edisciplinas.usp.br/course/view.php?id=60572>

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

$$\frac{(3P1 + 3P2 + 2A + 2T)}{10} \geq 5,0 \quad (\text{para aprovação})$$



PLANO DE ENSINO **2019**

Duas provas (P1 e P2), um trabalho final (T) e participação nas atividades da disciplina (A). O trabalho final do curso é um plano de marketing aplicado e proposto para uma organização, negócio ou produto do agronegócio. Será elaborado em grupo de no máximo cinco alunos ao longo do curso à medida que os conteúdos forem abordados (<http://agrimarketing.com.br/site/>). A recuperação será uma única prova com toda matéria lecionada.



PLANO DE ENSINO **2019**

DIVISÃO DA CARGA DIDÁTICA

VI. DIVISÃO DA CARGA DIDÁTICA

LES - SALA 233

Aula Dia	Conteúdo Programático	Atividades
21/02	Apresentação da disciplina	Considerações iniciais e divulgação do conteúdo a ser abordado Apresentação Grupo MarkEsalq.
22/02	<u>AULA ABERTA 1</u>	Os Desafios do Profissional de Marketing: CAETANO Haberli Jr. - CHJ
28/02	Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing	Capítulo 2 – Desenvolvimento de estratégias e plano de marketing
01/03	Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing	Casos e Aplicações
07/03	Criação de relações de longo prazo baseadas em fidelidade	Capítulo 5 – Criação de relações de longo prazo baseadas em fidelidade Apresentação Artigo 1 – Disponível no E-Disciplinas - Top 10 Global Consumer Trends for 2019 MARKCLIPPING 1
08/03	Criação de relações de longo prazo baseadas em fidelidade	Casos e Aplicações
14/03	Análise dos mercados organizacionais	Capítulo 7 – Análise dos mercados organizacionais Apresentação Artigo 2 - Global Consumer Insights Survey 2018 MARKCLIPPING 2
15/03	<u>AULA ABERTA 2</u>	Os Desafios do Profissional de Comunicação e Marketing Convidado: Pedro L. Marcilio
21/03	Criação de brand equity Orientações sobre a primeira entrega do trabalho final	Capítulo 9 – Criação de brand Equity
22/03	Marketing em Agronegócios e Alimentos	Croquenole
28/03	Criação de brand equity	Casos e Aplicações Artigo 3 – Top 100 Megabrands MARKCLIPPING 3 Artigo 4 – Megatendências 2030 MARKCLIPPING 4 - Artigo 5 – Global Economics Forecasts MARKCLIPPING 5



PLANO DE ENSINO **2019**

29/03	<u>AULA ABERTA 3</u>	Comunicação Corporativa e Identidade Visual: Casos de Design: Convidado Moretti Design
04/04	<u>Primeira PROVA - Entrega da 1ª. Versão do Trabalho Final</u>	Todo o conteúdo abordado até esta data
05/04	Dinâmica competitiva	Capítulo 11 – Dinâmica competitiva
11/04	SEMINÁRIO ABERTO	2º. Ciclo de Palestras sobre Marketing e Comunicação
12/04	Introdução de novos produtos no mercado	Capítulo 20 – Introdução de novos produtos no Mercado Atividade: desenvolvimento de um produto novo Apresentação Artigo 6 - Inteligência Artificial MARKCLIPPING 6
18/04	Semana Santa	
19/04	Semana Santa	
25/04	Novos produtos	Apresentação Artigo 7 - A definir MARKCLIPPING 7
26/04	<u>AULA ABERTA 4</u>	Thiago Salgado - Liderança
02/05	Apresentação do novo produto	Atividade em sala/ UPLOAD NO STOA (PÔSTER e Vídeo) Apresentação Artigo 8 - A definir MARKCLIPPING 8
03/05	Inteligência de Mercado <u>Entrega da 2ª. Versão do Trabalho Final</u>	EUROMONITOR – Apresentação da Dinâmica de Uso das Bases de Dados - Laboratório de Informática
09/05	VISITA 1	Vivência empresarial das estratégias de marketing de uma organização - Visita Sanavita
10/05	<u>AULA ABERTA 5</u>	Palestra CEO Sanavita – Atílio
16/05	Gestão de longo prazo de uma organização de marketing holístico	Capítulo 22 – Gestão de longo prazo de uma organização de marketing holístico. Apresentação Artigo 9 - A definir MARKCLIPPING 9 Apresentação Artigo 10 - A definir MARKCLIPPING 10
17/05	<u>AULA ABERTA 6</u>	Tema: Marketing de Causas Mesa redonda com convidados da Empresa CAUSE Organização: MarkSocial
23/05	VISITA 2	Memorial do Empreendedorismo/Organização Industrial de Piracicaba e Visita Empresa Piracicaba
24/05	<u>VIAGEM DIDÁTICA 1</u>	3M



PLANO DE ENSINO 2019

30/05	<u>AULA ABERTA 7</u>	O Poder Do Copywriting nas estratégias de marketing digital e negócios - Rodolfo Franzim
31/05	<u>AULA ABERTA 8</u> <u>Entrega da última Versão do Trabalho Final</u>	Marketing Digital Convidado: Gustavo Gonzales
06/06	A produção de conhecimento acadêmico de marketing I	Apresentação dos Artigos Acadêmicos – Top Journals of Marketing: http://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=1406
07/06	<u>VIAGEM DIDÁTICA 2</u>	GOOGLE
13/06	Apresentação do trabalho final Agrimarketing Competition - http://agrimarketing.com.br/	Apresentação dos trabalhos finais
14/06	Apresentação do trabalho final Agrimarketing Competition - http://agrimarketing.com.br/	Apresentação dos trabalhos finais
20/06	Corpus Christi	
21/06	Corpus Christi	
27/06	<u>Segunda PROVA</u>	Todo o conteúdo abordado, incluindo os trabalhos finais apresentados.
28/06	Fechamento da disciplina	