

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO
PROGRAMA DE DISCIPLINA - Noturno

Ano letivo: 2020	Semestre: 2º
-------------------------	---------------------

DISCIPLINA:	Estudo de Casos em Administração de Marketing		
CÓDIGO:	RAD-2225		
Curso:	Administração		
Número de créditos:	Aula: 02	Trabalho: 00	Carga horária total: 30 horas
Natureza do Curso:	Disciplina Optativa		
Pré-requisitos:	Não há		
Docente responsável:	Dirceu Tornavoi de Carvalho		
Departamento de:	Administração		

Objetivo geral:

Esta disciplina visa estimular o aluno a aplicar os conceitos de marketing estudados ao longo do curso de graduação, por meio da análise e debate de situações específicas de marketing enfrentadas por organizações de diversos setores.

O objetivo principal é fazer com que o aluno tenha sua capacidade de decisão em tópicos de marketing aumentada por meio do exame de situações reais oriundas das práticas empresariais relatadas em Estudos de Caso.

Conteúdo programático:

1. Estudos de caso selecionados em função da área de aplicação dentro do marketing, tais como:
2. Estratégia de marketing
3. Desenvolvimento de produtos e serviços
4. Desenvolvimento de comunicação
5. Distribuição
6. Precificação
7. Marketing digital
8. Marketing empresarial
9. Marketing ao consumidor final

MÉTODOS UTILIZADOS

Desenvolvimento do Curso:

Para o aproveitamento adequado do curso, é imprescindível a leitura dos casos indicados e elaboração da ficha individual como preparação para discussão em sala.

Metodologia:

Discussão de dois tipos de casos em sala de aula: Caso escritos (em português e em inglês) e Casos Vivos, com presença de palestrantes de empresas parceiras.

Critérios de avaliação:	Peso
Frequência e Participação em sala.....	2,0
Entrega das tarefas individuais.....	8,0

Critério de reavaliação:

Prova de Reavaliação para os alunos que obtiveram média final < 5,0 (cinco) **e** >3,0 **e** frequência >= 70%. A nota final será a média aritmética entre a média final do curso e a nota da prova de reavaliação.

BIBLIOGRAFIA DO CURSO

Leituras Básicas:

- Estudos de caso a serem distribuídos ao longo do curso
- Kotler & Keller, K. **Administração de Marketing**. 15. Edição. São Paulo, Pearson, 2019.

Leituras Complementares:

- Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I., 2017 – **Marketing 4.0: do tradicional ao digital** – Editora Sextante

ANEXO 1 – CRONOGRAMA (Versão 1)

Estudo de Casos em Administração de Marketing

RAD 2225 – NOTURNO – Segunda-Feira – 19h00 às 20h40

AULA	DATA	ASSUNTO	Bibliografia obrigatória & Tarefas a entregar
01	17/08	Apresentação do curso e Métodos de Trabalho. Caso de Abertura - ifood	
02	24/08	Caso Imax	Ficha 1
03	31/08	Caso Tesla	Ficha 2
	07/09	Feriado – Não haverá aula	
04	14/09	Caso Chilli Beans	Ficha 3
05	21/09	Caso HubSpot	Ficha 4
06	28/09	Caso Vivo ifood empresas - Estevam Pan Mendes & Bruno Mendes Lima	Ficha 5
07	05/10	Caso Magazine Luiza	Ficha 6
	12/10	Feriado – Não haverá aula	
08	19/10	Caso Vivo – Syngenta – Camila Rizzi	Ficha 7
09	26/10	Caso AirBnB Parte 1	Ficha 8
	02/11	Feriado – Não haverá aula	
10	09/11	Caso Vivo – UCB VET – Rodrigo Faleiros	Ficha 9
11	16/11	Caso AirBnB Parte 2	Ficha 10
12	23/11	Caso de Análise de dados	Ficha 11
13	30/11	Caso LinkedIn	Ficha 12
14	07/12	Caso Nubank e fintechs concorrentes	
15	14/12	Resumo e Avaliação	