



- IDENTIFICAÇÃO:

Disciplina: **Planejamento e Gestão Estratégica de Marketing (RAD 1405)**

Curso: Administração

Duração: Semestral

Semestre: 9º

Carga Horária: 30h

Horários: 4ª (19:00 – 20:40) e 5ª (08:00 – 09:40)

Ano Letivo: 2018

Aulas Semanais: 2 (duas)

- OBJETIVO:

Analisar a elaboração de um Plano de Marketing dirigido pela demanda, e discutir as técnicas, modelos e ferramentas de gestão estratégica de marketing.

- PROGRAMA:

- Como entender o histórico da organização
- Como fazer uma análise macroambiental
- Como fazer uma análise interna e de concorrentes
- Como definir objetivos e estratégias
- Como montar decisões de produtos, marcas, embalagens e serviços
- Como montar decisões de comunicações
- Como montar decisões de canais de distribuição
- Como montar decisões de força de vendas
- Como montar decisões de precificação
- Como montar um orçamento ao plano
- Como gerir o plano estrategicamente

- RESPONSÁVEL: Paulo Sergio Miranda Mendonça (paulomiranda@usp.br)

- PROCEDIMENTOS DE ENSINO:

Na disciplina serão utilizados os seguintes métodos de exposição do conteúdo: seminários; estudo de casos; envolvimento na discussão de todos os participantes da disciplina; discussão em pequenos grupos em sala; leitura de textos em casa e palestras.

- AVALIAÇÃO:

A avaliação será realizada mediante uma prova (50%), e o Plano de Marketing (50%). O aluno também precisa obter no mínimo 70% de presença na disciplina. A reavaliação será aplicada a alunos com média final igual ou superior a três (3,0), e inferior a cinco (5,0), e será calculada mediante média aritmética simples, com base na média semestral e a nota da prova de reavaliação. Estará aprovado na disciplina o aluno com média igual ou superior a cinco (5,0).



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO – FEARP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - RAD

- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CAMPOMAR, M.C; IKEDA, A. **O planejamento de marketing e a confecção de planos**. SP: Saraiva, 2006.

NEVES, M. F. ***Demand Driven Strategic Planning***. London: Routledge, 2013.

Ribeirão Preto/SP, 28 de fevereiro de 2018.



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO – FEARP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - RAD

**CRONOGRAMA PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA DE
MARKETING – RAD 1405 – 1º Sem 2018**

	TEMA
1	Apresentação Programa; Ambiente Marketing e Vendas
2	
3	Aula Plano de Marketing
4	
5	Objetivos e Estratégia
6	
7	Gestão Produtos
8	
9	Precificação
10	
11	Comunicação e Vendas
12	
13	Canal de Marketing
14	
15	PROVA