


Ficha 1 (permanente)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS EM MARKETING III					Código: OC295	
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito: NÃO TEM		Co-requisito: NÃO TEM	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*			
CH Total: 30	Padrão (PD): 30	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0
<p>EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>Estudos avançados de Marketing.</p>						
<p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: <u>Mário Messagi Junior.</u></p> <p>Assinatura:</p> 						

**OBS: ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo. Saraiva. 2000.
 KOTLER, P. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.
 KOTLER, P. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo. Makron Books. 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- AMBRÓSIO, V. Siqueira, R. Plano de marketing passo a passo – serviços. São Paulo: Reichmann & Autores Editores, 1999-2002.
 KOTLER, Philip. Marketing 3.0. Elsevier, 2010.
 LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: marketing e gestão. São Paulo. Saraiva. 2001