

CURSO DE EXTENSÃO EM MARKETING ESTRATÉGICO

Conteúdo Programático

Temas de Ensino:

- 1- Empresas em transição: Ambiente em transformação
 - 1.1- Planejamento em marketing
 - 1.1.1- Estrutura do plano de marketing
 - 1.1.2- Elaboração do plano de marketing
 - 1.1.3- Apresentação do plano de marketing
- 2- Marketing de Relacionamento
 - 2.1- Os departamentos e o cliente
 - 2.2- Estratégias de relacionamento
- 3- Marketing Social
 - 3.1- Ética empresarial
 - 3.2- Responsabilidade social
 - 3.3- Evolução histórica
 - 3.4- Aspectos positivos
 - 3.5- Implementação
- 4- Marketing Digital
 - 4.1- Marketing tradicional x Marketing digital
 - 4.2- Comércio Eletrônico: dados e evolução

Metodologia

Demonstrar visão holística do negócio da empresa. Geração de valor dentro de um contexto de responsabilidade social em ambientes reais e digitais.

Bibliografia Básica

BRETZKE, M., Marketing de Relacionamentos e Competição, São Paulo: Atlas, 2000.

CAMPOMAR, M. C., IKEDA, A. A., Planejamento de Marketing e a Confecção de Planos - Dos Conceitos a um Novo Modelo, Rio de Janeiro: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar

MADRUGA, R., Guia de Implementação de Marketing de Relacionamento e Crm, São Paulo: Campus, 2006. MEDEIROS, L., E., REIS, C. N., Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social, São Paulo: Atlas, 2007.