

# UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

## CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM LOGÍSTICA INTEGRADA DE PRODUÇÃO

### Disciplina: Marketing e Tecnologia da Informação

Prof. Rogério Antonio Monteiro

#### 1. APRESENTAÇÃO

"Se o passado pertence à história, o futuro pertence à estratégia. O futuro não é "dado", mas construído. Não é um conjunto predeterminado de eventos e de situações irreversíveis, mas uma construção coletiva e imprevisível, moldada por diversas variáveis, atores, tendências e vetores da economia, da política, da tecnologia, da psicologia social e da natureza, entre tantos fatores. Visto com otimismo ou pessimismo, com apreensão ou esperança, o futuro projeta fortalezas e fraquezas em um contexto de oportunidades e de ameaças. É fundamental ter consciência das tendências atuais, das incertezas, das estratégias dos principais atores, enfim, de todas as *sementes de futuro* para construir visões a respeito do futuro que ajudem a fazer as apostas estratégicas corretas, corrigindo fraquezas para enfrentar ameaças e investindo nas fortalezas para aproveitar plenamente as oportunidades. A falta de visão de futuro e de pensamento estratégico pode se tornar um gargalo ao desenvolvimento"; (IPEA, 2015, p.7).

#### 2. CALENDÁRIO DO CURSO

27.04.18	Sexta-feira	18:00h às 22:00h	Integral
28.04.18	Sábado	07:00h às 13:00h	Integral
04.05.18	Sexta-feira	18:00h às 19:50h	Parcial
05.05.18	Sábado	07:00h às 09:45h	Parcial
11.05.18	Sexta-feira	18:00h às 19:50h	Parcial
12.05.18	Sábado	07:00h às 09:45h	Parcial
18.05.18	Sexta-feira	18:00h às 22:00h	Integral
19.05.18	Sábado	07:00h às 13:00h	Integral

#### 3. EMENTA

##### 3.1. Problematização

- Como analisar uma empresa? Quais são as competências distintivas e desafios?
- Como analisar o setor? Como desenvolver cenários e compará-lo com a realidade da empresa?
- Qual o impacto do e-commerce nas empresas?

##### 3.2. Integração das ferramentas de análise de empresas, formulação e execução de estratégias

- Teorias de base: modelos de gestão e ferramentas de estratégia.

- Cases de empresas do Espírito Santo.

### **3.3. O processo para evolução de empresas**

- Estrategização nas empresas.
- Estrategização no e-commerce e marketing digital.

## **4. PROGRAMA**

- 4.1. Estratégia e gestão estratégica: o processo de estrategização – modelos, ferramentas e cases.
- 4.2. Marketing e gestão de marketing: modelos, ferramentas e cases.
- 4.3. E-commerce e gestão de e-commerce: modelos, ferramentas e cases.

## **5. REFERÊNCIAS**

### **5.1. Textos/Artigos**

1. HEIJDEN, Kees Van Der. Três paradigmas concorrentes em gestão estratégica. IN: **Planejamento de cenários**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
2. HEIJDEN, Kees Van Der. Uma arte para profissionais. IN: **Planejamento de cenários**. Porto Alegre: Bookman, 2009
3. PORTER, Michael. **O que é estratégia?** IN: **Competição**. RJ: Campus, 2000.
4. LIPPARINI, Andrea. Como sustentar o crescimento com base nos recursos e nas competências distintas: a experiência da Illycaffè. **RAE**, Abr/Jun 2000.
5. MINTZBERG, Henry, Bruce Ahlstrand Joseph Lampel. A escola empreendedora. IN: **Safári de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
6. KAPLAN, Robert S. Como a Mobil se transformou em organização orientada para a estratégia. IN: **Organização orientada para a estratégia**. RJ: Campus, 2001.
7. KAPLAN, Robert S. Introdução. IN: **Execução Premium**. RJ: Campus, 2005.
8. ANCONA, Deborah, Thomas W. Malone, Wanda J. Orlikowski. **Em louvor ao líder incompleto**. Harvard Business Review, Fevereiro 2007.
9. KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI. **Planejamento e organização para um marketing mais eficaz**. SP: Campus, 2000.

### **5.2. Livros/Dissertação**

REZ, Rafael. **Marketing de Conteúdo: a moeda do século XXI**. São Paulo: DVS Editora, 2016.

Van der LINDEN, Michael Gomes. **Fatores de influência na geração de preço-prêmio em e-marketplaces**. USP, 2017.

MICELI, André. **Planejamento de marketing digital**. SP: Brasport, 2017.

### 5.3. Filmes

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva**. Filme, 1995.

<https://www.youtube.com/watch?v=SKROW1BxpUA&t=23s>

<https://www.youtube.com/watch?v=ycSUErtRZM8&t=463s>

MAUÁ – O Imperador e o Rei

<https://www.youtube.com/watch?v=BlqEXbVhQNk>

### 5.4. Slides

1. Michael Porter – Posicionamento
2. Análise setorial e interna da empresa
3. Os três paradigmas
4. Paradigmas de gestão – resumo
5. Aprendizagem e cenários
6. Liderança
7. Marketing - Conceitos
8. Plano de marketing

## 6. AVALIAÇÃO

Desenvolver em grupo análise e formulação de estratégia para uma empresa. Apresentá-la no último dia de aula.

### IMPORTANTE:

O participante do curso precisa levar para as aulas Notebook e Pen Drive.