



## Plano de Ensino

**Universidade Federal do Espírito Santo**

**Campus de Goiabeiras**

**Curso:** Gemologia

**Departamento Responsável:** Departamento de Gemologia - CCJE

**Data de Aprovação (Art. nº 91):**

**DOCENTE PRINCIPAL :** RENAN FRAGA BARCELLOS

**Matrícula:** 1150177

**Qualificação / link para o Currículo Lattes:**

**Disciplina:** ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO DE MERCADO

**Código:** GEM10672

**Período:** 2019 / 1

**Turma:** 01

**Pré-requisito:**

**Carga Horária Semestral:** 60

Disciplina: GEM10464 - COMÉRCIO INTERNACIONAL DE GEMAS E JÓIAS

### Distribuição da Carga Horária Semestral

**Créditos:** 3

**Teórica**

**Exercício**

**Laboratório**

45

15

0

**Ementa:**

Debater o tema estratégico e suas várias significações; sentido sociológico, gerencialista e processualista; entender o ambiente organizacional através de cenários e suas confirmações; saber diagnosticar as oportunidades e ameaças da organizações; entender tendências em tecnologias de gestão para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para: prospectar mercados; desenvolver planos de ação para mercados; compor e utilizar ferramentas estratégicas marketing para atração no mercado nacional e internacional.

**Objetivos Específicos:**

Transmitir aos discentes os conhecimentos necessários sobre a estratégia vista por vários ângulos, de maneira que possam diagnosticar oportunidades e ameaças às organizações, conhecer as modernas tendências gerenciais aplicadas aos mercados nacional e internacional. Ganhar habilidades para formular, implementar, liderar, comunicar e medir planos e projetos de ação. Aprender a utilizar novas tecnologias e inovação para ampliar as competências das organizações.

**Conteúdo Programático:**

**Metodologia:**

**Critérios / Processo de avaliação da Aprendizagem :**

**Bibliografia básica:**

KOTADE, Massaki. Administração de Marketing Global. São Paulo. Atlas. 2000 PORTER, Michael. Competição. DA ROCHA, Ângela. As Novas Fronteiras, a Multinacionalização das Empresas Brasileiras. Rio de Janeiro. Editora Mauad. 2003. RAIMAR, Richers. Marketing – uma visão brasileira. São Paulo. Negócio editora. 2000 MINTZBERG, Henri. Safári de Estratégia. Porto alegre: Bookmam. 2002

**Bibliografia complementar:**

TOALDO, Ana Maria M., ET AL. **Formação da Estratégia de Marketing:Um Estudo Exploratório no Setor de Serviços**, 2010, Apresentado no XXXIV Encontro Anpad.

COSTA, Daniele de L.C.; TATTO, Luiz. **Prática e Teoria da estratégia: Um estudo a partir do modelo proposto por Mintzber, Ahlstrand e Lampel**. Caderno de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM), 2009.

Artigos científicos indicados pelo professor da disciplina

**Cronograma:**