



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: