

Programa Analítico de Disciplina

ADM 322 - Tópicos Contemporâneos em Marketing

Departamento de Administração e Contabilidade - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Catálogo: 2025

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 4h

Carga horária semanal prática: 0h

Carga horária de extensão: 0h

Semestres: I e II

Objetivos

A disciplina tem como objetivo geral discutir a evolução recente da filosofia de marketing e sua aplicação em campos especializados e em diversos setores, destacando temas contemporâneos da área.

Ementa

Evolução recente da filosofia de marketing. Aplicação do marketing em campos especializados e em diversos setores. Temas contemporâneos em marketing.

Pré e correquisitos

ADM 320 ou ADM 335

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Administração	Específico
Ciências Contábeis	Geral

ADM 322 - Tópicos Contemporâneos em Marketing

Conteúdo					
Unidade	T	P	ED	Pj	To
1. Evolução recente da filosofia de marketing 1. Evolução da história do marketing 2. Diferenças entre o marketing tradicional outros tipos de marketing 3. Do marketing 1.0 à era atual	12h	0h	0h	0h	12h
2. Aplicação do marketing em campos especializados e em diversos setores 1. Marketing de Relacionamento 2. Marketing de Serviços 3. Marketing de Varejo 4. Marketing Digital 5. Marketing de Lugares 6. Marketing Público 7. Marketing Social 8. Marketing Sustentável 9. Marketing de Experiência 10. Outras aplicações	40h	0h	0h	0h	40h
3. Temas contemporâneos em marketing	8h	0h	0h	0h	8h
Total	60h	0h	0h	0h	60h

Teórica (T); Prática (P); Estudo Dirigido (ED); Projeto (Pj); Total (To);

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Apresentação de conteúdo oral e escrito com o apoio de equipamento (projektor, quadro-digital, TV, outros); Debate mediado pelo professor; e Seminários
Prática	Não definidos
Estudo Dirigido	Não definidos
Projeto	Não definidos
Recursos auxiliares	Não definidos

ADM 322 - Tópicos Contemporâneos em Marketing

Bibliografias básicas

Descrição	Exemplares
KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 15ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.	60
KOTLER, P.; GERTNER, D.; REIN, I.; HAIDER, D. Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Prentice Hall, 2006.	0
LEE, Nancy R.; KOTLER, Philip. Marketing Social. 1. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.	0
LAS CASAS, A.L. Marketing de varejo. Atlas, 2006.	0
LOVELOCK, C.; & WIRTZ, J. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. 5ª ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.	60
BARRETO, Iná Futino; e CRESCITELLI, Edson. Marketing de relacionamento: como implantar e avaliar resultados. 1ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.	60
GABRIEL, M.; KISO, R. Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: 2ª ed. São Paulo: AtlasNovatec. 2021.	60

Bibliografias complementares

Descrição	Exemplares
CEZAR, L. C. Comunicação e marketing no setor público: diferentes abordagens para a realidade brasileira. Brasília: ENAP, 2019. 98 p. (Ebook).	60
KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.	0
KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade. 1 ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.	0