



Bibliografia complementar

FERRELL, O. C. **Estratégia de marketing**: teoria e casos. 3 ed. São Paulo: Cengage Learning 2016. Disponível em <<https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522126637/pageid/0>>. Acesso em 05/06/2022.

HOOLEY, G.; PIERCY, N.F.; NICOLAUD, B. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. Disponível em <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/2023/pdf/17?code=uL1Kr4CY8NspXO8VaZaVsnVMjez8ijsO077dHNuPOHze/ubaAFbL53h/CsWYiwg8TC1JJkStfajEPFXyf5kSyA>> == > Acesso em 05/06/2022.

KELLER, Kevin L.; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. Disponível em <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/401/pdf/0?code=yguCSRqm9vtyT8zYUgTv3TAQ2i3AQgRbcADCsnuNbAFSB2CGUPqBEd9vUk13ug6QrKP3jNlemlvTJGOMPJmaNg>> == > Acesso em 05/06/2022.

PETER, J. P. **Introdução ao marketing** : criando valor para os clientes. São Paulo Saraiva 2009 Disponível em < <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502205598/pages/recent>> Acesso em 05/06/2022.

URDAN, F.T. **Gestão do composto de marketing**. 2 ed. São Paulo Atlas, 2012. Disponível em < <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483778/pageid/0> > Acesso em 05/06/2022.

Coordenador do Curso:
Nome: Natacha Bertoia

Diretor da Unidade:
Nome: Claudio Parisi