



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()	Eixo Comum (x)	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing	Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: Administração Contemporânea	Código do Componente Curricular: ENAD60001	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1ª
Ementa: Estudo do ambiente externo da organização e do ambiente interno onde ocorrem os processos e as funções administrativas. Estabelecimento das relações de integração entre as necessidades do mercado e a dinâmica organizacional para atendê-los, em um contexto de negócios caracterizado pela competitividade.		
Bibliografia básica¹ BARNEY, B. Jay; HESTERLY, S. William. Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2015. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/115916 > Acesso em 08/11/2019. SILVA, Reinaldo Oliveira. Teorias da Administração. 2 ed. São Paulo: Pearson, 2013. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3789/pdf > Acesso em 08/11/2019. SOBRAL, Filipe; PEÇI, Alketa. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. 2 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2013. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/377 > Acesso em 08/11/2019.		
Bibliografia complementar CERTO, Samuel C. Administração moderna. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/456 > Acesso em 08/11/2019. CHIAVENATO, Idalberto. Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas. 5 ed. Barueri: Manole, 2008. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1609/pdf > Acesso em 08/11/2019. CHIAVENATO, Idalberto. Visão e ação estratégica: os caminhos da competitividade. 3 ed. Barueri: Manole, 2009. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/31997 > Acesso em 08/11/2019.		

¹ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



CHOWDHURY, Subir et. al. **Administração no século XXI**: o estilo de gerenciar hoje e no futuro. São Paulo: Prentice Hall, 2003. Disponível em <

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/260> > Acesso em 08/11/2019.

ROBBINS, Stephan P., DECENZO, David A. **Fundamentos de Administração**: conceitos essenciais e aplicações. 4 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004. Disponível em <

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/407> > Acesso em 08/11/2019.

Coordenador do Curso:	Diretor da Unidade:
Nome: Natacha Bertoia	Nome: Claudio Parisi
Assinatura	Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()	Eixo Comum (x)	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing	Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: Comportamento Organizacional	Código do Componente Curricular: ENAD60030	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1 ^a
Ementa: Estudo sobre os aspectos que envolvem elementos relacionados ao impacto que os indivíduos, os grupos e a estrutura têm sobre o comportamento das pessoas dentro das organizações, com o propósito de utilizar este conhecimento para melhorar a eficácia organizacional.		
Bibliografia básica² HITT, Michel A.; MILLER, Chet C.; COLELLA, Adrienne. Comportamento Organizacional . 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2318-2/cfi/4!/4/2@100:0.00 . Acesso em 18 out. 2017. ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro . 14 ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2011. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1986 > Acesso em 08/11/2019. SCHERMERHORN JR. John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. Fundamentos de Comportamento Organizacional . 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800087/cfi/0!/4/4@0.00:47.6 . Acesso em 18 out. 2017.		
Bibliografia complementar BITENCOURT, Claudia et al. Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais . 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577806225/cfi/0!/4/4@0.00:0.00 . Acesso em 12/06/19. COSTA, Silvia Generali da. Comportamento Organizacional: cultura e casos brasileiros . Rio de Janeiro: LTC, 2014. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2582-7/cfi/6/8!/4/2/4@0:0 . Acesso em 18 out. 2017		

² A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



DIAS, Reinaldo. **Cultura organizacional:** construção, consolidação e mudança. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484485/cfi/0!/4/2@100:0.00>

Acesso em 03/12/2018.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes; ZACCARELLI, Laura Menegon (org.). **Gestão do fator humano:** uma visão baseada em stakeholders. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502088979/cfi/0>.

Acesso em 18/10/2017

TESTA, Jean-Pierre. LAFARGUE, Jérôme. TILHET-COARTET, Virginie. **Liderança.** São Paulo: Saraiva Educação, 2019. Disponível em: <

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131440/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso 21/02/2020

Coordenador do Curso:

Nome: Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:

Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso (x)	Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing	Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: Definição de Consumidor e seu comportamento	Código do Componente Curricular: ENAD60038	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1ª
Ementa: Estudo do comportamento do consumidor analise dos processos de identificação do mercado-alvo, segmentação de mercado e estabelecimento das relações entre público-alvo e organização, comportamento e perfil do consumidor, levando em consideração aspectos culturais, regionais e étnico-raciais. Estudo como se processam as diferentes etapas do processo decisório de compra.		
Bibliografia básica³ GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O Comportamento do consumidor . 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113880/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 22/05/18. GUMMESSON, Evert. Marketing de relacionamento total . 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577806683/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 27/09/17. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing . 14 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012 < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323 > Acesso em 08/11/2019.		
Bibliografia complementar CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para clientes . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em < http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/pages/82842479 >. Acesso em 17/03/2014. HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo . 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2001. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2023 > Acesso em 08/11/2019.		

³ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 15. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em: < [h https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/168126](https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/168126) >. Acesso em: 08/11/2019.

SAMARA, Beatriz Santos. MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005. Disponível em: < <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/305> > Acesso em 08/11/2019.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor** - Comprando, Possuindo e Sendo. 11 ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603680/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso em 27/04/2019.

Coordenador do Curso: Nome:
Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()		Eixo Comum ()	Eixo Universal (x)
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing		Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: Ética e Cidadania		Código do Componente Curricular: EUAD60096	
Carga horária: 2 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1ª	
Ementa: A disciplina apresenta os conceitos de ética, moral, cidadania e suas inter-relações, no âmbito social, com uma avaliação de sua evolução ao longo da história da humanidade e dos valores fundamentais, segundo os princípios da cosmovisão cristã reformada. Promove-se a reflexão e análise crítica das teorias ético-normativas mais sublinhadas na contemporaneidade e suas implicações práticas em nível político-social, profissional e familiar, por meio de uma discussão à luz dos preceitos calvinistas, destacando-se pontos de contato entre a ética cristã reformada e as diferentes áreas do conhecimento, com a valorização da dignidade humana.			
Bibliografia básica⁴ MATTAR, João; ANTUNES, Maria Thereza Pompa (Org.). Filosofia e ética . São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/22096 > Acesso em 08/11/2019. MOURA, Paulo G. M. de. Sociologia política . Curitiba: InterSaberes, 2017. Disponível em: < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/81792 > Acesso em 08/11/2019. WEYNE, Bruno Cunha. O princípio da dignidade humana: reflexões a partir da filosofia de Kant . São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502182806/cfi/0 > Acesso em 06/10/18.			
Bibliografia complementar ACQUAVIVA, Marcus Claudio. Teoria geral do Estado . 3 ed. Barueri: Manole, 2010. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1606 > Acesso em 08/11/2019. BRAGA JÚNIOR, Antônio Djalma.; MONTEIRO, Ivan Luiz. Fundamentos da ética . Curitiba: InterSaberes, 2016. Disponível em: < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/42147 > Acesso em 08/11/2019. GALLO, Silvio (Coord.). Ética e cidadania: caminhos da filosofia . Campinas: Papyrus, 2015. Disponível em: < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2026 > Acesso em 08/11/2019.			

⁴ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



MATTAR NETO, João Augusto. **Filosofia e ética na administração**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em: <
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502110588/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso 06/10/18.

PATRUS, Roberto. **Ética e felicidade**: a aceitação da verdade como caminho para encontrar o sentido da vida. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2014. Disponível em: <
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/53757> > Acesso em 08/11/2019.

Coordenador do Curso: Nome:

Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:

Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()		Eixo Comum (x)		Eixo Universal ()	
Curso: Superior de Tecnologia em Marketing			Núcleo Temático: Formação Comum		
Nome do Componente Curricular: Fundamentos de Contabilidade e Finanças			Código do Componente Curricular: ENAD60252		
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1ª			
Ementa: Estudo sobre noções de gestão contábil-financeira que irão contribuir para o sucesso das organizações e dos profissionais das diversas áreas de atuação. O objetivo é dar noções sobre a análise de resultados para a tomada de decisões					
Bibliografia básica⁵ CHING, Hong Yuh; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. Contabilidade e finanças para não especialistas . 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1799 > Acesso em 08/11/2019. IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Curso de Contabilidade para não contadores . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484829/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 19/10/2017. MARION, José Carlos. Contabilidade básica . 12 ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018103/cfi/6/2!/4/2/2@0:0 > Acesso em 19/02/20.					
Bibliografia complementar CREPALDI, Silvio Aparecido. CREPALDI, Guilherme Simões. Contabilidade gerencial: teoria e prática . 8 ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011654/cfi/6/2!/4/2/2@0:0 > Acesso em 08/11/2019. PADOVEZE, Clóvis Luís. Manual de contabilidade básica: contabilidade introdutória e intermediária . 10 ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010091/cfi/6/2!/4/2/2@0:42.0 > Acesso em 12/06/19.					

⁵ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



RIBEIRO, Osni Moura. **Noções de Contabilidade Comercial – Fundamentos de Contabilidade**. vol. 2. São Paulo: Érica, 2019. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536532196/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso em 27/01/2020.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; RODRIGUES, Fernanda Fernandes. **Curso prático de contabilidade – Analítico e Didático**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597017953/cfi/6/2!/4/2@0:0> > Acesso em 27/04/2019.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Introdução à administração financeira: uma nova visão econômica e financeira para a gestão de negócios das pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: LTC, 2009. Disponível em: < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2779-1/cfi/6/2\[vnd.vst.idref=cover\]](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2779-1/cfi/6/2[vnd.vst.idref=cover]) >. Acesso em: 19/02/20

Coordenador do Curso:
Nome: Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:
Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()		Eixo Comum ()	Eixo Universal (x)
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing		Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: Princípios de Empreendedorismo		Código do Componente Curricular: EUAD60253	
Carga horária: 2 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1ª	
Ementa: Mudanças no universo corporativo e a crescente importância do empreendedorismo. Habilidades e atitudes essenciais para empreendedores. Mentalidade Empreendedora. Trajetórias de vida e carreira de empreendedores. Planejamento de novos empreendimentos.			
Bibliografia básica⁶ BARON, Robert A.; SHANE Scott A. Empreendedorismo: uma visão de processo . São Paulo: Cengage Learning, 2007. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522109388/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 05/11/2017 BESSANT, John. TIDD, Joe. Inovação e Empreendedorismo . Porto Alegre: Bookman, 2009. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805112/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 05/11/2017. GUIA DE ESTUDOS [livro eletrônico]: Curso Superior de Tecnologia, eixo comum da área de gestão de negócios. Empreendedorismo . São Paulo: Editora Mackenzie, 2016.			
Bibliografia complementar DEGEN, Ronald Jean. O Empreendedor: empreender como opção de carreira . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/801 > Acesso em 08/11/2019. DORNELAS, José. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação . Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2516-2/cfi/6/2!/4/2@0.00:0.00 > Acesso em 05/11/2017 DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios . 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597005257/cfi/6/2!/4/2/4@0:0.00 > Acesso em 05/11/2017			

⁶ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360º**: a prática na prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012422/cfi/6/2\[:vnd.vst.idref=html1\]!](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012422/cfi/6/2[:vnd.vst.idref=html1]!) > Acesso em 05/11/2017

POSSOLLI, Gabriela Eyng. **Gestão da inovação e do conhecimento**. Curitiba: Intersaberes, 2012. Disponível em < <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/6013> > Acesso em 08/11/2017

Artigos

OECD- ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Manual de Oslo - **Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. FINEP, 2007. Disponível em http://download.finep.gov.br/imprensa/manual_de_oslo.pdf acesso em 10/02/2017 acesso em 02/04/2017

SOUZA, Simara Maria de (Coord.). Empreendedorismo no Brasil – 2016. **GEM. Global Entrepreneurship Monitor**. Curitiba – IBQP, 2017. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf> acesso em 02/04/2017

Coordenador do Curso:
Nome: Natacha Bertoia

Diretor da Unidade:
Nome: Claudio Parisi

Assinatura

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ()		Eixo Comum (x)	Eixo Universal ()
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing		Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: Princípios de Marketing		Código do Componente Curricular: ENAD60257	
Carga horária: 4 horas aula	() Sala de aula () Laboratório (x) EaD	Etapa: 1ª	
Ementa: Estudo da tomada de decisão apoiada em padrões e técnicas baseadas em Data Mart, Data Warehouse e Data Mining e funcionalidades de sistemas integrados de gestão (ERP). Introdução aos principais conceitos de marketing e nas principais forças que afetam as decisões mercadológicas. Ênfase ao processo de criação de valor de um produto e marca. Introdução e demonstração das diferentes estratégias de segmentação de mercado, público-alvo e posicionamento. Noções introdutórias de relacionamento com o cliente (CRM).			
Bibliografia básica⁷ KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing . 9 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/465 > Acesso em 08/11/2019. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing . 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. Disponível em < https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323 > Acesso em 08/11/2019. TURBAN, Efraim et al. Business intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência do negócio . Porto Alegre: Bookman, 2009. Disponível em < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577804252/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 19/10/2017.			
Bibliografia complementar BALTZAN, Paige. PHILLIPS, Amy. Sistemas de informação . Porto Alegre: AMGH, 2012. Disponível em: < https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550764/cfi/0!/4/2@100:0.00 > Acesso em 27/04/2019. CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para clientes . 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012. Disponível em			

⁷ A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



<<http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/pages/82842479>>. Acesso em 06/06/2019.

GARCIA, Janaina Leonardo (Org). **Sistemas de informação de marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016. Disponível em: <
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/150960> > Acesso 08/11/2019.

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel F.; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em <
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2023> > Acesso em 08/11/2019.

KELLER, Kevin L.; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. Disponível em <
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/401> >. Acesso em 08/11/2019.

URDAN, Flávio Torres. URDAN, André Torres. **Gestão do composto de marketing**. 2 ed. São Paulo Atlas, 2013. Disponível em <
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483778/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso em 17/03/2014.

Coordenador do Curso:
Nome: Natacha Bertoia

Diretor da Unidade:
Nome: Claudio Parisi

Assinatura

Assinatura