

Disciplina: Gerência de Produtos, Serviços e Mercados

Ementa: Conceitos, classificações e atributos dos produtos e serviços.

Ciclo de vida, portfólio estratégico, posicionamento estratégico.

Desenvolvimento de novos produtos e serviços: estratégias e processos.

Integração com mercado, preço, distribuição e comunicação

1. AAKER, D. A. Managing the most important assets: Brand equity. *Planning Review*, v. 20, p. 56 – 58, 1992.
2. BERRY, L. L., ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN A. Quality Counts in Services, Too. *Business Horizons*, 1985.
3. BRYSON, J. R.; DANIELS, P. *Handbook of Service Business Management, Marketing, Innovation and Internationalisation*. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2015.
4. CAMPELO, A. *Handbook on Place Branding and Marketing*. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2013, 2017.
5. CHEN, K., WANG, C., HUANG, S., SHEN, G. C. Service innovation and new product performance: The influence of market-linking capabilities and market turbulence. *International Journal of Production Economics*, v. 172, p. 54-64, 2016.
6. COSTA, M. F.; PAULA, T. S.; ANGELO, C. F.; FOUTO, N. M. M. Personalidade da Marca, Significado do Produto e Impulsividade na Compra por Impulso: Um Estudo em Ambiente de Shopping Center. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, v. 16, n. 2, p. 151-166, 2017.
7. HUNT, S. D., MORGAN, R. M. The Resource-Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies, and Evolutionary Dimensions, *Journal of Marketing*, v. 60, p. 107–114, 1996.
8. HURLEY, R. F., HULT, G. T. Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination, *Journal of Marketing*, v. 62, p. 42–54, 1998.
9. INSARDI, A.; LORENZO, R. O. Measuring accessibility: a big data perspective on Uber service waiting times. *Revista de Administração de Empresas*, v. 59, n. 6, p. 402-414, 2019.
10. KIMURA, R. K.; PINOCHET, L. H. C.; AZEVEDO, M. C. Ferramentas de Digital Analytics e seu poder de previsão sobre o desempenho: uma análise do mercado automobilístico brasileiro. *Revista Brasileira de Marketing*, v. 15, n. 2, p. 220-236, 2016.
11. KREY, N.; ROSSI, P. Back to the Future: Using Marketing Basics to Provide Customer Value: Proceedings of the 2017 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. USA: Springer, 2017.
12. MANTOVANI, D.; GALVÃO, F.H.S. Efeito do priming de marca sobre a propensão ao risco financeiro do consumidor. *Revista de Administração*, v. 52, n. 1, p. 15-25, 2017.
13. MORGAN, R. M.; PARISH, T.; DEITZ, G. *Handbook on Research in Relationship Marketing*. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2016.
14. OZKAYA H. E., DROGE, C., HULT, T. M., CALANTONE, R., OZKAYA, E. Market orientation, knowledge competence, and Innovation. *International Journal of Research in Marketing*, v. 32, n. 3, p. 309-318, 2015.
15. ROSA, M. V. T.; AFONSO, B. P. D.; GUIMARÃES, E. H. R.; AFONSO, T. Avaliando o serviço logístico em um sistema híbrido de marketing. *Revista Brasileira de Marketing*, v. 15, n. 3, 2016.
16. RUST. R. T. *Handbook of Service Marketing Research*. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2015.
17. SCHWARTZ, B. L.; KRANTZ, J. H. *Sensation and Perception*. Sage Publications Inc., 2016.

18. SHIU, E. Research Handbook of Innovation and Creativity for Marketing Management. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2017.
19. SORENSEN, F.; LAPENTA, F. Research Methods in Service Innovation. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2017.
20. VARGO, S. L., WIELAND, H., ARCHPRUAKAKA, M. Innovation through institutionalization: A service ecosystems perspective. *Industrial Marketing Management*, v. 44, p. 63-72, 2015.
21. VIDIGAL, F.; GONCALVES, C.A.; SILVA, J.R. Inteligência competitiva e capacidade de inovação: uma análise de uma indústria de classe mundial no setor automotivo de veículos pesados. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 23, n. 3, p. 206-220, 2018.
22. VINCENZI, T. B.; CUNHA, J. C. Características de empresas e de inovações e suas relações com barreiras à inovação no setor de serviços brasileiro. *Cadernos EBAPE.br*, v. 17, n. 4, Rio de Janeiro, 2019.
23. WANG, G., MIAO, C. F. Effects of sales force market orientation on creativity, innovation implementation, and sales performance, *Journal of Business Research*, v. 68, n. 11, p. 2374-2382, 2015.
24. YANG, K. C. C. Multi-Platform Advertising Strategies in the Global Marketplace. *Business Science Reference*, 2017.
25. ZEITHAML, V.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Higher Education, 2017.
26. ZEITHAML, V.; BROWN, S. W.; BITNER, M. J. *Profiting from Services and Solutions: What Product-Centric Firms Need to Know*. New York: Business Expert Press, 2014.