



Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão da Inovação - UFABC

Disciplina	Marketing Tecnológico
Código	INV 101
Nível	Mestrado/ Doutorado
Tipo	Eletiva
Área de Concentração	Engenharia e Gestão da Inovação
Linha de Pesquisa	Gestão da Tecnologia e da Inovação
Carga horária	144
Créditos	12
Objetivo	O objetivo da disciplina é fornecer uma visão detalhada das estratégias de marketing utilizadas nos processo de criação e comercialização de produtos e serviços em mercados tecnológicos.
Ementa	Estratégia de marketing; Aprendendo com o consumidor; Análise de oportunidade de mercado; Análise de demanda; Segmentação estratégica de mercado; Gestão de marcas e da experiência do consumidor; Gestão do crescimento e da evolução.
Referências	ALLEN, K. R. Bringing new technology to market . Prentice Hall. 202 p. ISBN: 978-0-1309-3373-7. JOLLY, V. K. Commercializing new technologies: getting from mind to market . Harvard Business Press, 1997. 410 p ISBN: 978-0875847603 MOHR, J. J.; SENGUPTA, S.; SLATER, S.F. Marketing of high-technology products and innovations . Prentice Hall; 576 p. 2009. ISBN: 978-0-1360-4996-8 MOORE, G. A. Crossing the chasm: Marketing and selling disruptive products to mainstream customers . HarperCollins, 2006. 227 p. ISBN: 978-0-0605-1712-0 SANDBERG, B. Managing and marketing radical innovations: marketing new technology . Routledge, 2008. 286 p. ISBN: 978-0-4156-1947-9 TOUHILL, C.J.; TOUHILL, T. A.; O'RIORDAN, T.A. Commercialization of innovative technologies: bringing good ideas to the marketplace . 2008. 272 p. ISBN-13: 978-0-4702-3007-7