

Gestão de Marketing Estratégico

COORDENAÇÃO

Prof. Dr. **Jorge** Henrique Caldeira de Oliveira
Prof. Dr. **Dirceu** Tornavoi de Carvalho
Profa. Dra. **Janaina** de Moura Engracia Giraldi



SOBRE

Em um mercado cada vez mais competitivo, saber determinar quais produtos ou serviços serão mais atraentes aos consumidores é o grande desafio do gestor das organizações modernas. Além disso, ter a capacidade de saber utilizar corretamente as estratégias de vendas e divulgação é algo que define, em grande parte, o sucesso ou bancarrota de um novo projeto, que deve necessariamente atender às satisfações de seus clientes, afastando a busca por produtos oferecidos pela concorrência.

✓ PROCESSO SELETIVO

- A inscrição pode ser feita pela internet (cursos.fundace.org.br);
- A seleção é feita através de análise curricular, entrevista e prova;
- A aprovação consiste no resultado conjunto de todas as etapas do processo.
- Os candidatos devem portar diploma de graduação de instituição reconhecida pelo MEC.

🎯 PÚBLICO-ALVO

Graduados em diversas áreas, em franca ascensão gerencial. Profissionais que atuam em áreas com a estratégia, finanças ou gestão, que possuam experiência gerencial.

OBJETIVOS

O programa MBA Gestão de Marketing Estratégico tem como principal objetivo capacitar gestores modernos para uma atuação efetiva na gestão do marketing estratégico de suas organizações, ampliando seus conhecimentos nos seguintes contextos:

- Ampliação dos conceitos de marketing;
- Estruturação de estratégias completas para marketing organizacional;
- Gerenciamento do Marketing Mix;
- Tendências em marketing;
- Gestão de Vendas.

💰 INVESTIMENTO

Informações sobre investimento disponíveis no telefone: 0800 77 300 70 ou e-mail: atendimento@fundace.org.br

📄 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Monografia individual, com orientação, a ser desenvolvido durante o curso na forma de laboratório de apoio e a partir de situações e/ou necessidades vivenciadas na atividade executiva.

📍 LOCAL

As aulas são ministradas nas dependências da FEA-RP Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, *campus* USP Ribeirão Preto.

📄 CERTIFICADO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Para o recebimento do Certificado de Conclusão é necessário média maior ou igual a 7,0 nas avaliações de cada módulo, em uma escala de 0 a 10, e frequência mínima de 85% nas atividades. As provas presenciais respondem por 55% da nota dos alunos e acontecerão a cada seis meses.

| CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

MÓDULO I - FUNDAMENTOS DE GESTÃO PARA O MARKETING

Perspectivas da Gestão Empresarial

Quebra de Paradigmas

Análise do Ambiente Setorial e Economia de Empresas

Análise do Ambiente Econômico Nacional

Gestão de Operações e Serviços

Ambiente legal e direito do consumidor

MÓDULO II - MARKETING ESTRATÉGICO

Planejamento Estratégico e Marketing

Comportamento do consumidor

Marketing, Sustentabilidade e Responsabilidade Social

Pesquisa de Marketing I e II

Segmentação e seleção de Mercadosalvo

Criação de *Brand Equity*

Análise de Indicadores de Marketing

MÓDULO III - GERENCIAMENTO DO MARKETING MIX

Gerenciamento de Produtos

Gerenciamento de Serviços

Gerenciamento Financeiro I e II

Gerenciamento de Preços e Precificação Estratégica

Gerenciamento de Canais de Distribuição e Logística

E-business

Gerenciamento de Comunicação

MÓDULO IV - GESTÃO EM VENDAS E TENDÊNCIAS EM MARKETING

Administração de vendas

Gestão de Equipes I e II

Negociação em Vendas

Marketing Digital

Mídias Sociais

Neuromarketing e Economia Comportamental

Criatividade e Inovação

METODOLOGIA

Nas aulas online os alunos interagem diretamente com professores especialistas em sua área de conhecimento. Neste curso, os módulos serão compostos por um conjunto de aulas. Cada uma das aulas será concluída em um ciclo de 14 dias.

A primeira semana de cada ciclo de aula compreenderá atividades como aula ao vivo, que permite a interação aluno/professor por meio de perguntas e dúvidas, leitura de materiais e fórum de discussões.

Neste último, a turma deverá interagir entre si, pois este será o fator determinante para a construção do conhecimento compartilhado e do relacionamento entre a turma, porém, sempre com a mediação de um Professor Tutor.

A segunda semana do ciclo será marcada pela transmissão da segunda parte da aula ao vivo, desta vez envolvendo estudos de caso e exercícios práticos.

Ao final do ciclo, o aluno terá um feedback do desempenho da turma e também do resultado compreendido a cada atividade desenvolvida, o que consolidará o aprendizado da aula.

Haverá interação presencial nas provas e na apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Elas terão suas datas previamente divulgadas no cronograma e serão realizadas nos respectivos polos de cada aluno.



HORÁRIOS¹

QUARTA-FEIRA
AULAS SEMANAIS
AULAS DAS 20H ÀS 22H

DISTRIBUIÇÃO DE HORAS²

HORAS DE AULAS
432
HORAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO
72



CARGA HORÁRIA OBRIGATÓRIA

SEMESTRE
4
TOTAL DE HORAS
504

¹ A periodicidade das aulas poderá sofrer alteração decorrente da disponibilidade dos docentes.

² As horas mencionadas são equivalentes à horas/aula com duração de 50 minutos cada.

* A Fundace reserva-se o direito de não oferecer o curso caso 60% das vagas ofertadas não sejam preenchidas.

** O programa do curso está sujeito a aprovação do COCEX e eventuais alterações.