



## Gestão de Marketing

### programa do curso

#### **Planejamento e Gestão de Negócios**

Compreende as competências e ferramentas necessárias para identificar, definir, combinar, unificar e coordenar os vários processos e estratégias de planejamento e gestão de negócios.

#### **Gestão Estratégica e Técnicas de Promoção e Vendas**

Promover e vender os seus produtos são atividades essenciais para as empresas, mesmo para as sem fins lucrativos. O aparecimento de novas mídias tem acelerado o processo de modernização das técnicas de promoção e vendas, como a aplicação do merchandising em mídia, o uso dos gadgets eletrônicos como smartphones e tablets. A venda tradicional precisa ser repensada e trabalhada sob a ótica das novas demandas do mercado. Todavia, faz-se mister compreender o funcionamento, também das ferramentas tradicionais e, a tudo isso, se propõe o módulo no contexto do curso.

#### **Custos e Formação de Preços**

Custos fixos, variáveis, diretos e indiretos; Custos de produtos e serviços; Critérios de avaliação de custos de estocagem; Métodos e sistemas de custeio; Formação de preço de venda; Impacto dos custos e dos impostos na formação dos preços; Curvas de demanda; Análise de mercados e comportamento do consumidor quanto à percepção de valor; Competitividade e concorrência; Ciclos dos produtos: de vida, operacional, de vendas e o preço adotado; Análise do ponto de equilíbrio, rentabilidade e lucratividade.

#### **Desenvolvimento de Produtos, Serviços e Marcas (Branding)**

A construção da identidade de uma organização é diretamente relacionada com as suas marcas e com os valores e percepções a elas associados. No processo de desenvolvimento de novos produtos e de serviços é preciso se levar em conta esses fatores e analisa-los à luz das teorias e das práticas empresariais. Os valores podem ser construídos de maneira intencional e a definição da marca precisa estar associada diretamente ao processo de criação e de desenvolvimento de produtos e serviços para identificá-los adequadamente. O estudo das técnicas associadas a isso é o mote do módulo.

### **Marketing de Relacionamento e Comportamento do Consumidor**

Manter um cliente é, na grande maioria das empresas, mais lucrativo do que conquistar novos clientes. Assim, o estabelecimento de relacionamentos duráveis com os consumidores é um objetivo das organizações que almejam o lucro financeiro ou social. Desvendar os processos necessários para isso e relacioná-los com o comportamento dos consumidores, buscando o entendimento de suas nuances é o objetivo do módulo.

### **Comunicação Integrada de Marketing**

Comunicar-se de maneira integrada é considerado por muitos o maior desafio de qualquer tipo de organização. As empresas precisam divulgar, interna e externamente, os seus produtos e serviços, de maneira integrada. O objetivo do módulo é desvendar os elementos da comunicação integrada de marketing, o mix de comunicação possível às empresas e o planejamento da comunicação. A condução do trabalho é realizada apelando-se para a reflexão sobre os casos de sucesso e de fracasso, bem como pela proposição de desafios de comunicação integrada.

### **Inteligência Artificial e Tendências de Mercado**

Estudo e aplicação das tendências de mercado e de inteligência artificial na gestão empresarial. Empreendedorismo e processo de inovação. Planejamento a partir da identificação de oportunidades e ideias. Criação, moldagem, reconhecimento e captura por meio do desenvolvimento da criatividade.

### **Educação Financeira**

Compreende os conhecimentos e habilidades técnicas em finanças e matemática financeira, capacitando o aluno a controlar e gerenciar recursos financeiros, através de uma visão ampla e sistêmica dos principais tipos de investimentos e fontes de captação de recursos, visando a gestão e o aumento do patrimônio pessoal e/ou empresarial.

### **Inteligência de Mercado e Previsão de Demanda**

A compreensão do ambiente de negócios e do processo de tomada de decisão estratégica com base na inteligência empresarial são o mote deste módulo, onde serão trabalhados o planejamento, desenvolvimento e implantação de um sistema de inteligência empresarial, as tecnologias e os riscos dos sistemas. Aborda-se a previsão da demanda como um dos produtos essenciais dos sistemas e do planejamento empresarial e como parte de sua constituição. O abastecimento dos sistemas com informações válidas também são objeto de reflexão e de análise.

## trabalho de conclusão de curso

Não aplicável.

## estágio

Não aplicável.

## metodologia

### Aprenda com teoria + prática

Na Universidade Positivo a teoria sempre caminha com a prática. Por isso, você terá disciplinas presenciais com carga horária concentrada e 3 disciplinas em EAD. Ainda participará de simulação de ambientes competitivos orientados para objetivos específicos de cada disciplina. E vai assistir palestras focadas no objetivo do curso e segundo os interesses dos participantes.

### Avaliações práticas

Para que você possa acompanhar seu desempenho no decorrer do curso, os professores irão solicitar trabalhos em grupo e exposições de resolução de problemas.

### De olho no futuro

Estamos sempre atentos às mudanças e inovações do mercado. Por conta disso, estamos incluindo uma disciplina de Inteligência Artificial e Tendências de Mercado.