

# Gestão de Marketing

## Grade Curricular

### CERTIFICAÇÃO: Ambiente Digital

Unidade de Aprendizagem	Carga Horária	Ementa
Ambiente Econômico Global e Gestão de Instituições	60	Características de Mercados Regionais. Produtos: locais, nacionais, internacionais e globais. A economia da flexibilidade substituindo a rigidez fordista. Macroeconomia contemporânea e os desafios de adaptação institucional contínua. O sistema financeiro e os limites e oportunidades das instituições. Economia, globalização e gestão: aprendendo a lidar com um mundo complexo e interligado.
Marketing Digital	45	Plataformas, tecnologias e estratégias digitais de marketing. Plano de Marketing Digital. Introdução aos mecanismos de busca: SEO e SEM. Tendências do marketing digital.

### CERTIFICAÇÃO: Marketing Aplicado

Unidade de Aprendizagem	Carga Horária	Ementa
Estratégia e Inteligência em Marketing	60	O Planejamento estratégico corporativo. O Plano de marketing e suas tipologias. Estruturação do plano de marketing. Definição de objetivos e metas. Definição de estratégias táticas e operacionais. Implementação e controle. Fundamentos da teoria da informação e do conhecimento aplicados ao marketing. Sistema de Informação de Marketing. Fontes de informações de mercado e demanda. Pesquisa como instrumento de marketing. Etapas do projeto de pesquisa de marketing. Elaboração e análise de relatórios de pesquisa de marketing.
Decisões em Produtos e Clientes	60	Conceito de produto. Política de produtos. O ciclo de vida do produto. Portfólio de produtos. Política de linhas. Planejamento e desenvolvimento de novos produtos. Diferenciação pela marca. Administração e registros de marcas. Embalagens. Garantias e assistência ao consumidor. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor. Natureza do comportamento. Processo de tomada de decisão de compra. Estágios no processo de compra. Comportamento pós-compra. Influências ambientais. Processos psicológicos.

### CERTIFICAÇÃO: Planejamento e Avaliação de Empresas

Unidade de Aprendizagem	Carga Horária	Ementa
-------------------------	---------------	--------

Estratégia e Ciclo de Vida das Organizações	60	Estrutura competitiva das organizações e dos setores econômicos. Diagnóstico estratégico e a competitividade. O processo de criação de valor. Sustentação da vantagem competitiva. O suporte da informação na gestão estratégica. Tipos de Planejamento: Estratégico, Tático, Operacional, Adaptativo e Contingencial. Fases de Transformação das Empresas. Turnaround.
Avaliação da Performance de Negócios	45	Dinâmica das organizações e mudanças do ambiente externo. Ferramentas de gestão multidimensionais e suas abordagens. Utilização das ferramentas de gestão.

### CERTIFICAÇÃO: Criatividade e Inovação Aplicada

Unidade de Aprendizagem	Carga Horária	Ementa
Criatividade e Inovação Aplicada	30	Conceito de criatividade e inovação. Processos criativos e inovadores. Fatores bloqueadores e motivacionais da criatividade e inovação nas organizações. Criatividade, inovação e mudança organizacional. Inovação tecnológica, administrativa, de negócio e de gestão. Inovação como diferencial competitivo. Cases de sucesso. Intervenção em casos concretos com foco na criatividade e inovação. Impactos da criatividade e inovação.

**Carga horária total: 360h**