

Marketing Estratégico e Comunicação Digital

DISCIPLINA OU ATIVIDADE DE APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA (horas)	EMENTA
Design Thinking, Criatividade e Inovação	20	Conceitos e fundamentos do Design Thinking. Pesquisa e análise de informações. Geração de alternativas. Abordagem para solução de problemas. Economia Criativa. Abordagens teóricas sobre criatividade. Ferramentas de geração de ideias e desenvolvimento da criatividade. Fundamentos e processo da inovação em organizações. Anatomia do processo criativo, individual e no ambiente das organizações. Princípios de Inovação; Etapas do Processo de Inovação; e Inovações Sustentáveis.
E-commerce, Redes Sociais e Mídias Digitais	20	Teorias e Conceitos do Marketing digital. Alinhamento Estratégico de marketing digital. O papel e a gestão da marca no ambiente digital. Uso de Mídia Social. Ferramentas de apoio. Introdução ao Comércio Eletrônico. Negócios e Comércio por meio da Internet. O uso do Marketing na Internet. Operações no Ambiente Web. Casos de Sucesso em Marketing On-line.
Ética e Responsabilidade Socioambiental	10	Ética Profissional. A responsabilidade socioambiental e a função empresarial. A evolução do conceito e das práticas de responsabilidade socioambiental. Elaboração e avaliação de projetos de responsabilidade socioambiental empresarial. Alinhamento do Modelo de gestão e práticas de responsabilidade socioambiental. Melhores práticas de responsabilidade socioambiental.
Negociação e Gestão de Conflitos	20	Desafios das Técnicas de Negociação aplicadas ao marketing estratégico: mudanças e cenário atual; O Processo de Negociação (do planejamento clássico ao planejamento para negociação), Instrumentos e Requisitos; Conflito: conceitos, tipos de mediação; Perfis de

		negociadores; Tomada de decisão e acordos ganha-ganha; Competências e habilidades para o exercício de negociador e mediador.
Planejamento Estratégico	20	Planejamento estratégico: histórico, importância, principais conceitos. Principais escolas. Gestão Estratégica – Planejamento estratégico, cenários prospectivos e Inteligência Competitiva. Metodologias e etapas do planejamento estratégico. Formulação de um plano estratégico. Análise de cenários, modelo SWOT, modelo Porter, BSC Balance Scorecard. Planejamento; Planejamento operacional; Planejamento tático; Planejamento estratégico; Estratégias; Estratégias de cooperação; Formulação de estratégias competitivas; Metas; Objetivos; Missão; Visão; Cenários estratégicos;
Comunicação Empresarial e Endomarketing	20	Elementos e situações de comunicações em geral e, especificamente na função de gerência. Interpretação da comunicação de massa. Análise, processos e técnicas da comunicação empresarial. O marketing como ferramenta estratégica. Conceitos e técnicas de endomarketing e suas aplicações.
Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor na Cibercultura	20	O processo de pesquisa. Tipos de pesquisa. Instrumentos de coleta. O comportamento do consumidor e o mercado. Grupos sociais e formação de status. O aprendizado no comportamento do consumidor. Processos perceptivos e motivacionais. A cibercultura. O processo decisório no ambiente digital. Métricas e ferramentas para mídias digitais.
Elaboração e Gerenciamento de Projetos	20	Processo e Projetos Organizacionais; Fases do Projeto; Controle de Atividades; Normas para Gestão de Projetos; Ferramentas para Gerenciamento de Projetos; Plano de Projeto. Processos e eficácia da Gestão de Projetos; Importância do gerenciamento de projetos no contexto atual. Definição de portfólios, programa e PMO e sua aplicabilidade na organização. Project Model Canvas. Fatores críticos de um projeto. Gestão de equipes de projeto. Papel e perfil do gerente de projetos. Competências e recursos financeiros.

Diagnóstico e Consultoria	20	A importância da consultoria empresarial para as organizações. A visão sistêmica da empresa. Os ramos de atividades específicos. O contexto da consultoria. O profissional como consultor. As fases do projeto de consultoria. O planejamento estratégico da empresa cliente.
Criação de Conteúdo Digital e Inbound Marketing	20	O processo de Criação de Conteúdo. Gestão de Conteúdo. Estratégias e formatos do Marketing de Conteúdo. Plataformas de Conteúdo. Finalidades do Inbound marketing. Análise de métricas e automação de marketing.
Análise de Investimentos	20	Valor presente líquido. Método do Custo-Benefício. Método da Anuidade Uniforme Equivalente. Taxa interna de retorno. Taxa Interna de Retorno Incremental. Payback Simples e Descontado. Análise de viabilidade econômica. Análise de sensibilidade. Árvore de decisão. Indicadores Econômicos - Financeiros. Previsões Financeiras.
Marketing de Serviços	20	Estudo da administração estratégica de serviços: conceitos gerais e aplicabilidade. Importância da administração de serviços na economia. Operações de serviços. Avaliação da qualidade do serviço pelo cliente. Estratégias de operações de serviços. Projeto do sistema de serviço. Planejamento do sistema de serviços. Organização do sistema de serviço. Controle do sistema de serviço. Qualidade e melhorias em sistemas de serviços.
Marketing de Relacionamento e Indicadores de Desempenho	20	Evolução dos conceitos do marketing relacionamento. Relacionamento com mercado consumidor. Relacionamento com mercado organizacional. Tecnologias para relacionamento. Dimensões para avaliação de relacionamento.
Informação e Inteligência Competitiva	20	Informação, inteligência competitiva e gestão organizacional. Processo decisório e características da informação. Informação, cognição e tomada de decisão; o ambiente competitivo; incerteza, risco e tomada de decisão; modelos de tomada de decisão; modelos de implementação de inteligência competitiva; conversão de informações aleatórias em conhecimento estratégico; cognição situada; cognição compartilhada.

Marketing Promocional: Promoção de Vendas, Merchandising, Branding em Cross Media.	20	Marketing Promocional como ferramenta para o Marketing Digital. Promoção de vendas, material promocional e plano de ação. Branding e o papel das marcas para um novo tempo. Conceitos e Técnicas de Cross Media.
Gestão do Tempo e Ferramentas da Produtividade	10	Gestão do Tempo. Análise das tarefas operacionais do cotidiano. Matriz de priorização das ações e tarefas. Estratégias de gestão do tempo para melhoria do desempenho na área de Marketing. Produtividade: conceito e aplicações. Ferramentas práticas para melhorar o uso do tempo em atividades pessoais e profissionais para melhorar a produtividade. Planejamento do tempo, indicadores de performance e de produtividade.
Gestão Logística e Cross Docking	20	A importância dos canais de distribuição no processo de vendas. Planejamento em logística. Logística integrada da distribuição física. Estudo da estrutura logística em um projeto comercial. Prestadores de serviços logísticos. Multimodalidade dos transportes e sua otimização na viabilização de negócios. Tecnologia da Informação Aplicada à Logística. O CRM como ferramenta da gestão de vendas. Cadeia de Valor. Tomada de Decisão. Princípio de Pareto.
Plano de Marketing e Projeto de Intervenção Institucional	40	Elaboração do Plano de Marketing. Análises, objetivos e metas de marketing. Diagnóstico, identificação de oportunidades e ameaças, seleção de mercados-alvo e posicionamento. Aplicação do Plano de Marketing a projetos sociais.
Total	360	