



DATA	DISCIPLINA	PROFESSOR	EMENTA	CH
17/05/2019 – 18/05/2019 24/05/2019 – 25/05/2019 07/06/2019 – 08/06/2019	Cenários Econômicos e Tendências Aplicadas à Gestão	Mohamed Amal	O cenário econômico brasileiro e mundial. As políticas macroeconômicas e os efeitos sobre a gestão empresarial. A análise do cenário macroeconômico e das tendências do mercado definidos pela demanda e oferta de produtos e serviços, bem como, seus efeitos sobre a gestão.	24
14/06/2019 – 15/06/2019 05/07/2019 – 06/07/2019 19/07/2019 – 20/07/2019	Gestão de Estratégias Organizacionais	Júlio César da Silva	Os fundamentos e a evolução da estratégia. O pensamento estratégico e os principais pensadores. Definição das diretrizes organizacionais. O Planejamento estratégico. A gestão do planejamento estratégico, metodologias e ferramentas para realização do planejamento estratégico por meio da análise do ambiente organizacional interno e externo.	24
26/07/2019 – 27/07/2019 09/08/2019 – 10/08/2019 16/08/2019 – 17/08/2019	Gestão Estratégica para a Liderança e Administração de Conflitos	Rosane Bonessi	Fundamentos sobre liderança. Liderança X Chefe. Estilos de liderança A Capacitação e o desenvolvimento estratégico de líderes. Planejamento e desenvolvimento de Equipes. Competências e habilidade para a administração de conflitos. O planejamento, e preparação para a negociação e mitigação de conflitos.	24

Conteúdo Programático/Cronograma

Especialização em Gestão Estratégica de Marketing



2

<p>30/08/2019 – 31/08/2019</p> <p>13/09/2019 – 14/09/2019</p>	<p>Estratégias Organizacionais</p> <p><i>Outdoors</i></p>	<p>Edson Luiz Borges</p>	<p>Estratégias de liderança e gestão de equipes e a vivência e resolução de conflitos realizados ao ar livre, fundamentadas na conceituação teórica, utilizando de vários formatos de língua verbal e não verbal. A compreensão e a gestão dos relacionamentos nas organizações.</p>	<p>24</p>
<p>20/09/2019 – 21/09/2019</p> <p>18/10/2019 – 19/10/2019</p> <p>25/10/2019 – 26/10/2019</p>	<p>Gestão de Estratégias Financeiras e Orçamentárias</p>	<p>Jorge Harry Harzer</p>	<p>A gestão financeira. Conceitos sobre finanças corporativas. O Planejamento e a gestão sobre investimentos, aquisições, empréstimos, gestão do caixa e negociação de dívidas. Principais conceitos sobre o orçamento empresarial. O planejamento e a gestão orçamentária.</p>	<p>24</p>
<p>08/11/2019 – 09/11/2019</p> <p>22/11/2019 – 23/11/2019</p> <p>29/11/2019 – 30/11/2019</p>	<p>Gestão de Estratégias de Mercado e Negócios</p>	<p>Jorge Henrique Brognoli</p>	<p>O microambiente do mercado e dos negócios. A Análise do microambiente de mercado e negócios. Análise da posição da empresa no ambiente de negócios. A evolução das relações entre empresas, clientes, fornecedores e sociedade. A gestão estratégica de mercado e negócios.</p>	<p>24</p>
<p>13/12/2019 – 14/12/2019</p> <p>07/02/2020 – 08/02/2020</p> <p>14/02/2020 – 15/02/2020</p>	<p>Gestão de Estratégias para a Criatividade, Inovação e Competitividade</p>	<p>Marco Antônio Murara</p>	<p>A origem econômica e sociológica da inovação. Visões e conceitos sobre inovação e criatividade. A criatividade e a inovação em organizações empresariais. Métodos, Estratégias e Gestão da criatividade e inovação em organizações empresariais. A inovação como fator de competitividade organizacional.</p>	<p>24</p>



<p>21/02/2020 – 22/02/2020</p> <p>28/02/2020 – 29/02/2020</p> <p>13/03/2020 – 14/03/2020</p>	<p>Fundamentos do Marketing</p>	<p>Marcia Bronnemann</p>	<p>Introdução aos conceitos e definições de marketing. O ambiente do marketing. Pesquisa de mercado - sistemas de informação de marketing. Mercados consumidores e mercados organizacionais. Mensuração e previsão da demanda. Segmentação do mercado, seleção de mercados - alvos e posicionamento do produto. As principais tendências do marketing.</p>	<p>24</p>
<p>20/03/2020 – 21/03/2020</p> <p>03/04/2020 – 04/04/2020</p> <p>10/04/2020 – 11/04/2020</p>	<p>Comportamento do Consumidor</p>	<p>Karlan Muniz</p>	<p>Conceitos, fundamentos e perspectivas. Análise do consumidor e estratégias de marketing. Compreendendo o comportamento do consumidor. Envolvimento: conceito e mensuração. O processo de compra: reconhecimento do problema. Busca de informação. Avaliação de alternativas. Variáveis situacionais. Satisfação. Fidelidade do consumidor. O ambiente do consumidor: o processo de influência nas decisões de compra na família. O ciclo de vida da família. Influência pessoal. A cultura. A classe social. Estilo de vida.</p>	<p>24</p>
<p>24/04/2020 – 25/04/2020</p> <p>08/05/2020 – 09/05/2020</p> <p>15/05/2020 – 16/05/2020</p>	<p>Gestão de Produtos e Marcas</p>	<p>Edson Roberto Scharf</p>	<p>Conhecendo a tipologia, atributos, ciclo de vida dos produtos. Principais conceitos sobre produtos. Estratégias para a diferenciação de produtos. Gestão de lançamento de produtos. Conceitos, definições e importância sobre marca. Estratégias e gerenciamento da marca.</p>	<p>24</p>



			Posicionamento e identidade da marca. Gestão de portfólio.	
29/05/2020 – 30/05/2020 05/06/2020 – 06/06/2020 26/06/2020 – 27/06/2020	Marketing Direto e Relacionamento	Viviane Aroldi	Introdução ao marketing direto; Database Marketing; Planejamento em marketing direto; Criação em Marketing Direto; Telemarketing e Fulfillment; Conceito e estratégias de marketing de relacionamento. Plano de relacionamento com clientes e lealdade.	24
03/07/2020 – 04/07/2020 07/08/2020 – 08/08/2020 14/08/2020 – 15/08/2020	Gestão do Marketing Digital e Novas Mídias	Júlio César Lopes de Souza	O planejamento e a gestão do marketing no ambiente digital e o uso das redes sociais. A diferença do marketing tradicional e o marketing digital. O uso e a gestão de ferramentas de comunicação digital e novas mídias. Gerenciando o relacionamento comercial no meio digital. Novos modelos de negócio na era digital e novas mídias. A gestão estratégica no mercado virtual.	24
28/08/2020 – 29/08/2020 11/09/2020 – 12/09/2020 18/09/2020 – 19/09/2020	Pesquisa de Marketing	Paulo Prado	As pesquisas de mercado, como subsídio em marketing. Fontes internas e externas de dados. Componentes e estruturação de Sistemas de Informações de Marketing. Delimitação de problemas de pesquisa e elaboração de briefing e proposta. Tipos de pesquisas qualitativas e quantitativas de marketing. Técnicas de medição e escalonamento. Métodos de coleta de dados e elaboração de questionários. Procedimentos de amostragem.	24
02/10/2020 – 03/10/2020 16/10/2020 – 17/10/2020	Plano Estratégico de Marketing	Aléssio Bessa Sarquis	O planejamento estratégico de marketing. Aspectos estratégicos de diagnóstico (análise de portfólio e recursos, análise do ambiente	24



23/10/2020 – 24/10/2020			competitivo, análise SWOT, etc) e de prognóstico (segmentação e posicionamento de mercado). Definição de objetivos e metas de marketing. Gestão do marketing mix. Posicionamento de mercado.	
31/01/2020 – 01/02/2020 24/07/2020 – 25/07/2020 13/11/2020 – 14/10/2020	Plano de Aplicação das Estratégias Organizacionais	Luiz Carlos Nazário	A estrutura de um Plano de Aplicação das Estratégias nas Organizações. Como descrever cada um dos tópicos que compõem um Plano de Aplicação das Estratégias nas Organizações. A sinergia das estratégias organizacionais com o propósito de realizar diagnóstico empresarial, análise crítica e proposta de melhorias e plano de ação que constituem o referido plano.	24
	Modulo Internacional OPCIONAL	Professor Estrangeiro Convidado		60