

2
0
1
8

FEI
PÓS

Curso de Pós-Graduação Lato-Sensu

E-COMMERCE & MARKETING DIGITAL

Coordenador

Prof. Dr. Edson Coutinho da Silva

Departamento de Administração da FEI

O Curso

O curso de pós-graduação lato-sensu em E-Commerce & Marketing Digital está estruturado a partir de 2 módulos: “Empresarial”, e o módulo “Digital”, conforme grade abaixo.

Módulo Empresarial	Módulo Digital
Papel Empreendedor nos Negócios	Fundamentos de E-Commerce
Orientação ao Mercado & Cliente	Fundamentos de Marketing Digital
Concepção de Projetos nas Empresas	E-Consumer & Branding
Planejamento Estratégico	Design de Loja Virtual
Design Thinking	Plataformas & Ecossistemas de Loja Virtual
Coaching & Liderança de Pessoas	Meios de Pagamentos & Fraudes
Gestão da Inovação nas Empresas	Logística, Dropshipping & Atendimento no E-Commerce
Sustentabilidade no Negócio	Inbound Marketing
Gestão de Processos	Direito & Legislação Digital
Técnicas de Negociação	Operação & Tributação na E-Commerce
	Google Adwords e SEO
	Mídias Sociais
	Métricas & Web Analytics
	Gestão de Projetos Ágil - Scrum
	Planejamento de Marketing Digital

Metodologias

- Aula expositiva e participativa;
- Dinâmicas de grupo;
- Análise de casos empresariais;
- Problem Based Learning (PBL);
- Uso de recursos audiovisuais e filmes para estudos temáticos em e-commerce e marketing digital;
- Apresentações orais de trabalhos e planos de negócios e de marketing digital;
- Debates e discussões em grupos;
- Metodologias ativas e ágeis para envolver os alunos nas atividades em sala de aula;
- Atividades complementares (criação de imagem, campanhas virtuais, etc);
- Elaboração de atividades práticas direcionadas aos aprendizados às ferramentas digitais..

Coordenação do Curso

Professor Doutor Edson Coutinho da Silva

FORMAÇÃO ACADÊMICA

- Pós-Doutor em Administração: Marketing pela FEA-USP;
- Doutor em Ciências Sociais: Sociologia pela PUC-SP;
- Doutor em Ciências: Saúde Coletiva pela UNIFESP;
- Mestre em Administração: Marketing pela USCS;
- Especialista em Gestão de Telecomunicações pela USJT;
- Especialista em Gestão de Projetos: Metodologia PMI pela FIAP;
- Especialista em Gestão de Tecnologia da Informação: Aplicações Internet pela FASP;
- Bacharel em Ciência da Computação pela USCS;
- Experiência na Fei
- Coordenador dos cursos de pós-graduação lato-sensu em Gestão de Projetos: Práticas PMBOK Guide, Marketing e Empreendedorismo;
- Professor e coordenador de disciplinas de Marketing no curso de Administração, campus SBC e SP;
- Professor de disciplinas como: Dinâmica de Negócios, Estratégia Empresarias, Gestão de Serviços e Metodologia de Pesquisa;
- Orientador de TCC e monografias;

Certificado Project Management Professional (PMP): 1224670 | PMI Member ID: 1232936

CNPQ: <http://lattes.cnpq.br/3143929651670996>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/dr-edson-coutinho-3ba0555a/>

ResearchGate: http://www.researchgate.net/profile/Edson_Da_Silva5

Grade de Disciplinas do Curso

Módulo Empresarial

Disciplinas do Módulo	Carga Horária
Papel Empreendedor nos Negócios	16 horas/aula
Orientação ao Mercado & Cliente	16 horas/aula
Concepção de Projetos nas Empresas	16 horas/aula
Planejamento Estratégico	20 horas/aula
Design Thinking	20 horas/aula
Coaching & Liderança de Pessoas	16 horas/aula
Gestão da Inovação nas Empresas	16 horas/aula
Sustentabilidade no Negócio	16 horas/aula
Gestão de Processos	16 horas/aula
Técnicas de Negociação	16 horas/aula
Total	168 horas/aula

Detalhamento das Disciplinas do Módulo Empresarial

Papel do Empreendedor nos Negócios: Fundamentos do Empreendedorismo; Empreendedorismo nas Óticas Econômicas, Pessoais e Sociais; Ser Empreendedor; Competências de um Empreendedor; Motivações Empreendedoras; e Empreendedorismo enquanto Carreira;

Orientação ao Mercado & Cliente: Escopo de Marketing; Ciclo de Marketing (Necessidades, Desejos e Demandas; Produtos e/ou Serviços; Valor, Qualidade e Satisfação; Processo de Troca, Transação e Relacionamentos; Tipos de Mercados); Criando uma Cultura Voltada ao Cliente; Valor versus Custos; Marketing 2.0 e 3.0; Introdução ao Composto de Marketing; e 4 As de Raimar Richers.

Concepção de Projetos nas Empresas: Fundamentos de Projetos; Gestão de Projetos nas Empresas; Grupos de Processos de Gestão de Projetos (Iniciação, Planejamento, Execução, Controle e Encerramento); Áreas de Conhecimento (Escopo, Tempo, Custos, Qualidade, Pessoas, Comunicação, Riscos, Stakeholders, Aquisição e Integração); e Plano de Projetos.

Planejamento Estratégico: Fundamentos de Estratégia; Análise do Ambiente Externo e Interno (VRIO: Valioso, Raro, Imitabilidade e Organizacionais); Cinco Forças Competitivas de Michael Porter; Fundamentos de Cadeia de Valor; Estratégias Genéricas de Michael Porter (Custo, Diferenciação e Nicho); Balanced Scorecard (BSC); Mapas Estratégicos; e Elaboração de um Plano Estratégico.

Design Thinking: Fundamentos de Design Thinking; Métodos de Desenvolvimento de Ideias para Equipes Criativas; Entendendo o Processo de Design Thinking; Visão Holística; Criando Possibilidades; Testando Hipóteses; Modelagem de Protótipos e Verificação de Soluções.

Coaching & Liderança de Pessoas: Fundamentos de Coaching; Processo de Coaching nas Empresas; Coaching em Gestão de Mudanças; Coaching em Relacionamento, Motivação e Proatividade; Liderança: Papéis, Cenários e Paradoxos; Competências e Desenvolvimento da Liderança; e Poder, Autoridade e Responsabilidade.

Gestão da Inovação nas Empresas: Inovação e Difusão Tecnológica nas Organizações; Fontes de Inovação nas Organizações; Integrando Inovação e Estratégia Competitiva; Aprendizagem e Gestão do Conhecimento; e Inovações Organizacionais.

Sustentabilidade no Negócio: Concepção de Desenvolvimento Sustentável; Implementação de Responsabilidade Social Empresarial; Compreensão de Produtos “Verdes”; Certificações e Selos Sustentáveis; Plano de Operação de Produtos & Serviços Sustentáveis.

Gestão de Processos: Definição de Processos e seus Elementos; Visão de Processos as Organizações; Mapeamento de Processos; Modelagem e Fluxo de Processos; Representação de Processos por meio de Ferramentas de Modelagem; e Implantação de Gestão de Processos.

Técnicas de Negociação: Processo de Negociação; Negociação Relacional; Práticas de Negociação de Prazos, Preços, Qualidade e Aquisições; Foco nos Resultados do Processo de Negociação;

Módulo Digital

Disciplinas do Módulo	Carga Horária
Fundamentos de E-Commerce	16 horas/aula
Fundamentos de Marketing Digital	16 horas/aula
E-Consumer & Branding	16 horas/aula
Design de Loja Virtual	16 horas/aula
Plataformas & Ecossistemas de Loja Virtual	16 horas/aula
Meios de Pagamentos & Fraudes	16 horas/aula
Logística, Dropshipping & Atendimento no E-Commerce	16 horas/aula
Inbound Marketing	16 horas/aula
Direito & Legislação Digital	16 horas/aula
Operação & Tributação no E-Commerce	16 horas/aula
Google Adwords & SEO	16 horas/aula
Mídias Sociais	20 horas/aula
Métricas & Web Analytics	20 horas/aula
Gestão de Projetos Ágil – Scrum	16 horas/aula
Planejamento de Marketing Digital	32 horas/aula
Total	264 horas/aula

Detalhamento do Módulo Digital

Fundamentos de E-Commerce: Cenários & Tendências do E-Commerce; Estratégias de Marketplaces; Plano de E-Commerce; Tecnologias & Plataformas de E-Commerce; Usabilidade na Web; Função das Redes Sociais para o E-Commerce; Empreendedorismo na Web; Internet das Coisas (IoT); e Estudos de Casos Startups.

Fundamentos de Marketing Digital: Web 1.0 – 4.0; E-Consumidor; Distinção entre Marketing Digital, Publicidade, Propaganda e Relações Públicas; Funções do Marketing Digital; Efeito YouTube; Manipulação versus Persuasão; Conteúdo Responsivo na Web; Hotsite, Landing Page & Richmedia; Conversão de Clientes; Teste A/B; e Função do E-mail Marketing.

E-Consumer & Branding: Comportamento do Consumidor na Internet; Segmentação & Nichos de Mercado; Jornada do Consumidor; User Experience; Coolhunting; e Gestão de Branding Digitais.

Design de Loja Virtual: Registro e Domínio da Marca; Criação de Layout Personalizado para Loja Virtual; Criação de Logotipo; Criação de Conteúdos para a Loja Virtual; Criação de Comunicação para Loja Virtual; Tipos de Lojas Virtuais; Arquitetura de Informação; Otimização de Imagens; e Manutenção do Sistema.

Plataformas & Ecossistema de Loja Virtual: Plataformas para Planejar e Implementar a Loja Virtual: Benefícios e Custos; Componentes do Ecossistema: Produção e Logística, Sistema de Informação, Gateway de Pagamento, Controle de Fraudes, Sistema de Entrega; e Implementação de KPIs de Performance.

Meios de Pagamentos & Fraudes: Funções dos Meios de Pagamentos e seus usos no E-Commerce; Integração com a Plataforma de E-Commerce; Integração Direta com as Administradoras de Cartões de Crédito; Gateways de Pagamento; Intermediadores e Facilitadores; Certificados de Segurança; e Tipos de Fraudes em Cartões.

Logística, Dropshipping & Atendimento no E-Commerce: Logística de Recebimento e Processamento; Logística de Entrega; Logística Reversa; Gestão de Fornecedores; Criação de SLA; Função do Dropshipping; Princípios de Atendimento ao Cliente no E-Commerce; Fidelização de Clientes; Trocas e Devoluções; e SAC 2.0.

Inbound Marketing: Fundamentos de Inbound Marketing: Leads, Call-To-Action, Persona, etc; Atrair: Marketing de Conteúdo e Redes Sociais; Converter: Landing Page, Forms, etc.; Vender: Automação, Métricas e Análises.

Direito & Legislação Digital: Fundamentos do Direito do Consumidor na Internet; Fraudes na Internet; Políticas de Trocas e Devoluções; Segurança das Informações; Identificação do Fornecedor do Site; Disponibilização dos Contratos de Compra; Direito de Arrependimento; Compras Coletivas; e Outros Tópicos Jurídicos.

Operação & Tributação no E-Commerce: Contabilidade no E-Commerce; Emissão de Notas Fiscais; Principais Tributos Associados ao E-Commerce; Custos Associados ao Estoque; Controle de Entrada & Saída; Tecnologias para Gestão de Estoques em E-Commerce.

Google Adwords & SEO: Adwords versus Adsense; SEM versus SEO; Marketing de Busca; Links Patrocinados; Remarketing; Operação do Google Adwords; Operação do SEO; Métricas de Performance do Adwords e SEO.

Mídias Sociais: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter e LinkedIn; Produção de Conteúdos em Mídias Sociais; Relacionamento com Usuários nas Redes Sociais; Expandindo o Valor da Marca nas Redes Sociais; Métricas de Performance;

Métricas & Web Analytics: Princípios de Monitoramento de Tráfego; Fundamentos de Métricas para Campanhas; Principais Atributos de uma Métrica; Tipos de Métricas em Marketing Digital; Determinação de KPIs para Sites e Redes Sociais; Ferramentas Web Analytics: Google Analytics, Adobe Analytics, Facebook Analytics, etc.

Gestão de Projetos Ágil – Scrum: Visão Geral de Metodologias Ágeis; Fundamentos de Scrum; Product Backlog; O Equipe Scrum na Prática; Eventos, Controle e Ferramentas do Scrum.

Planejamento de Marketing Digital: Compreensão do Consumidor Digital; Análise do Macro e Micro Ambientes Digitais; Análise do Ambiente Interno; Objetivos e Metas; Estratégias dos 4 Ps; e Canais e Mídias de Marketing.