

2018

**FEI**  
**PÓS**

Curso de Pós-Graduação Lato-Sensu  
**MARKETING**

**Coordenador**  
**Prof. Dr. Edson Coutinho da Silva**  
Departamento de Administração da FEI

# O Curso

O curso de pós-graduação lato-sensu em Marketing está estruturado a partir dos 2 módulos: Empresarial, que será compartilhado com os alunos de outros dois cursos de pós-graduação, em Gestão de Projetos: Prática PMBoK Guide e em Empreendedorismo; e o módulo de Marketing, que se refere aos conteúdos específicos do curso, conforme grades abaixo.

<b>Módulo Empresarial</b>	<b>Módulo Marketing</b>
Papel Empreendedor nos Negócios	Captando Informações em Marketing
Orientação ao Mercado & Cliente	Conhecendo o Cliente e/ou Consumidor
Concepção de Projetos nas Empresas	Segmentação do Público-Alvo & Posicionamento de Valor
Planejamento Estratégico	Desenvolvimento de Produtos e/ou Serviços
Design Thinking	Definindo Preços
Coaching & Liderança de Pessoas	Estruturando Canais de Distribuição & Varejo
Gestão da Inovação nas Empresas	Promovendo Produtos & Serviços
Sustentabilidade no Negócio	Construindo Relacionamento com Clientes
Gestão de Processos	Gerenciando Clientes Empresariais (B2B)
Técnicas de Negociação	Construção & Gestão de Equipes de Venda
	Implementando de Soluções de Marketing Digital
	Criação & Gestão de Serviços aos Clientes
	Estratégias de Marketing Internacional
	Plano de Marketing

## 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 gestão de projetos;
- Apresentações orais de trabalhos e planos de projetos;
- Debates e discussões em grupos;
- Atividades complementares;
- Elaboração de atividades práticas de planos de projetos.

# 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](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
<b>Total</b>	<b>168 horas/aula</b>

## 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.

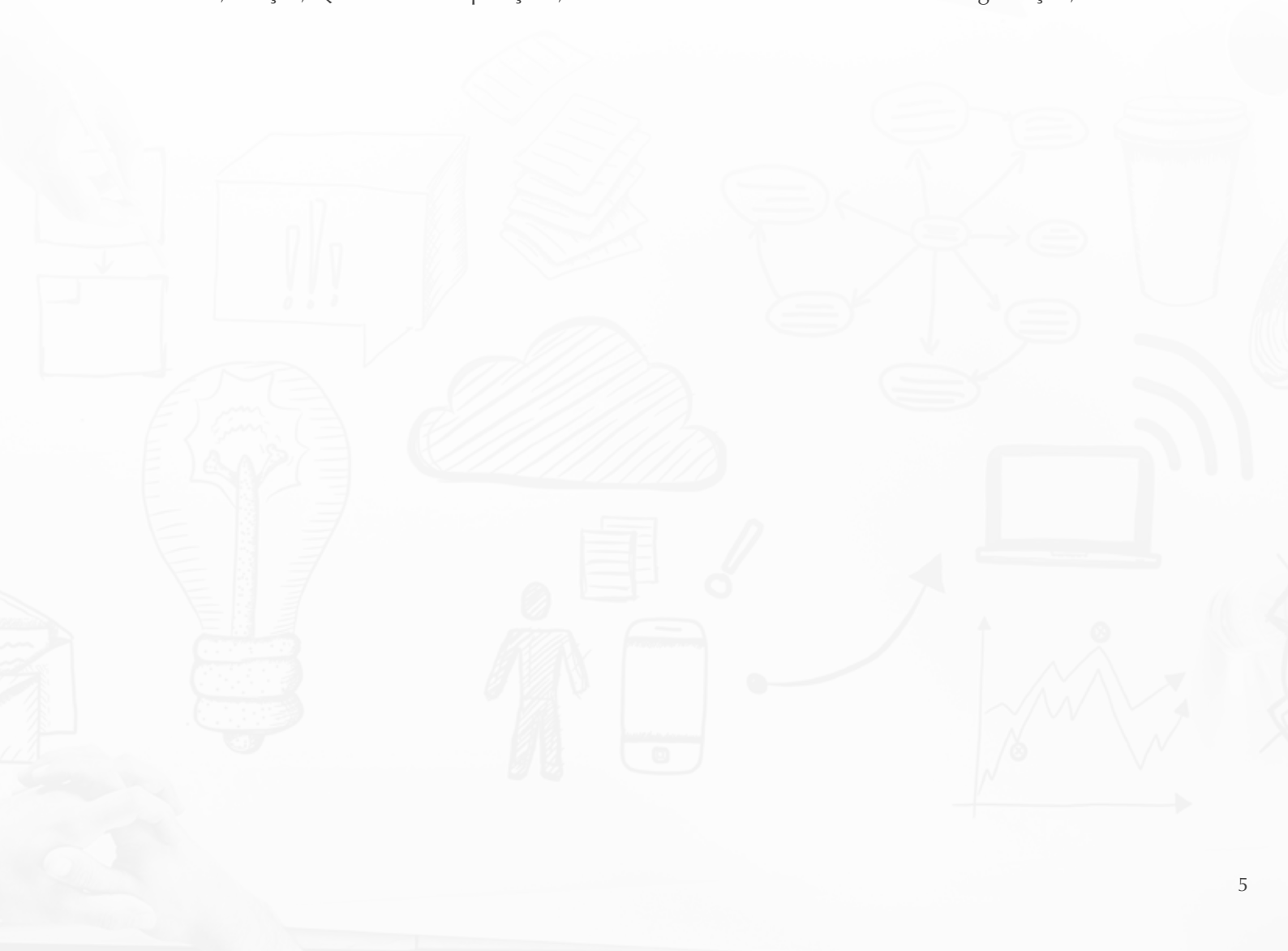
**Coaching & Liderança de Pessoas:** Fundamentos de Coaching; Processo de Coaching nas Empresas; Coaching em Gestão de Mudanças; Coaching em Relacionamento, Motivação e Proatividade; Liderança: Papéis, Cenários e Paradoxos; Competências e Desenvolvimento da Liderança; e Poder, Autoridade e Responsabilidade.

**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 Marketing

Disciplinas do Módulo	Carga Horária
Captando Informações em Marketing	16 horas/aula
Conhecendo o Cliente e/ou Consumidor	20 horas/aula
Segmentação do Público-Alvo & Posicionamento de Valor	16 horas/aula
Desenvolvimento de Produtos e/ou Serviços	20 horas/aula
Definindo Preços	16 horas/aula
Estruturando Canais de Distribuição & Varejo	20 horas/aula
Promovendo Produtos & Serviços	20 horas/aula
Construindo Relacionamento com Clientes	16 horas/aula
Gerenciando Clientes Empresariais (B2B)	16 horas/aula
Construção & Gestão de Equipes de Venda	20 horas/aula
Implementando de Soluções de Marketing Digital	16 horas/aula
Criação & Gestão de Serviços aos Clientes	20 horas/aula
Estratégias de Marketing Internacional	16 horas/aula
Plano de Marketing	32 horas/aula
<b>Total</b>	<b>264 horas/aula</b>

## Detalhamento das Disciplinas do Módulo Marketing

**Captando Informações em Marketing:** Fundamentos de Pesquisa de Marketing; Fundamentos de Sistema de Informação de Marketing; Inteligência de Mercado; Inteligência Competitiva; e Big Data.

**Conhecendo o Cliente e/ou Consumidor:** Fundamentos do Comportamento do Consumidor Final (B2C) & Empresarial (B2B); Cliente versus Consumidor; Dimensões do Comportamento do Consumidor (Cultura, Pessoal, Social & Psicológico); e Processo de Decisão de Compra (B2B & B2C).

**Segmentação do Público-Alvo & Posicionamento de Valor:** Fundamentos de Segmentação de Público-Alvo; Segmentos versus Nichos; Critérios de Segmentação do Público-alvo; Variáveis de Segmentação; Fundamentos de Posicionamento; Tipos de Posicionamento; Condicionantes de Posicionamento; e Criando Posicionamentos.

**Desenvolvimento de Produtos e/ou Serviços:** Produtos de Consumo e Industrial; Mix de Produtos; Matriz BCG; Matriz de Ansoff; Lançamento de Novos Produtos; Produtos versus Serviços; Mix de Serviços; Estudos de Demanda; Market Share; Fundamentos de Branding; e Estratégias de Marca (Extensão de Linha & Marca; Multimarcas e Novas Marcas).

**Definindo Preços:** Fundamentos de Preço (Valor versus Custos); Políticas de Preço; Demanda Elástica e Inelástica; Determinação de Preços de Produtos; Estimativa de Vendas; Markup; ROI; Ponto de Equilíbrio; Mudanças de Preços; Mix de Preços; e Decisões em Preços.

**Estruturando Canais de Distribuição, Atacado & Varejo:** Fundamentos de Canais de Distribuição (B2B & B2C); Fundamentos de Atacado; Conceitos de Push & Pull; Fundamentos de Varejo; Fundamentos de Varejo Virtual; Mix de Distribuição; Trade Marketing; e Marcas Próprias.

**Promovendo Produtos & Serviços:** Fundamentos de Comunicação; Formas de Comunicação (Propaganda, Publicidade, Relações Públicas, Promoção de Vendas; Merchandising, Venda Pessoal; Marketing Direto; Marketing Digital; Patrocínio; Eventos; Product Placement, etc.); Meios (Mídias) de Comunicação; e Plano de Comunicação.

**Construindo Relacionamento com Clientes:** Fundamentos de Marketing de Relacionamento; Marketing Tradicional versus Marketing de Relacionamento; Focos do Relacionamento; Endomarketing; Identificação de Clientes de Maior Valor; CRM e seus Pilares (Marketing, Vendas, Tecnologia e Pós-Venda); Churn; e Mensuração de Satisfação de Clientes.

**Gerenciando Clientes Empresariais (B2B):** Fundamentos de Marketing B2B; Mix de Marketing no Ambiente Industrial; Processo de Negociação e Venda para Clientes Organizacionais; Gestão de Relacionamento entre Organizações (rede de negócios).

**Construção & Gestão de Equipe de Vendas:** Tipos de Vendedores; Estruturação da Equipe de Vendas; Sistemas de Quotas; Organização da Equipe de Vendas; Gestão da Equipe de Vendas; Negociação para Vendedores; Gestão de Equipe de Vendas; e Incentivos & Recompensas.

**Implementando de Soluções de Marketing Digital:** Comunicação Digital; Mídias Sociais; Mobile Marketing & Tendências; Ferramentas mais Populares; e Métricas e Mensurações.

**Criação & Gestão de Serviços aos Clientes:** Papel das Pessoas em Serviços; Cadeia de Serviços; Qualidade em Serviços; e Gerenciamento de Reclamações e Recuperação de Serviços.

**Estratégias de Marketing Internacional:** Forças Ambientais em Mercados Globais; Competição Internacional; Alianças Regionais de Comércio, Mercados e Acordos; Formas de Ingresso em Mercados Internacionais; e Percepções e Competências de Marcas Globais.

**Plano de Marketing:** Marketing enquanto Função Estratégica na Organização; Estrutura de um Plano de Marketing; Análise dos Macro e Microambientes de Marketing; (a) Captando Informações em Marketing; (b) Conhecendo o Cliente e/ou Consumidor; (c) Segmentação do Público-Alvo & Posicionamento de Valor; (d) Desenvolvimento de Produtos e/ou Serviços; (e) Definindo Preços; (f) Estruturando Canais de Distribuição & Varejo; (g) Promovendo Produtos & Serviços; (h) Construindo Relacionamento com Clientes; Implementando de Soluções de Marketing Digital.