

MBA EM GESTÃO COMERCIAL

Integrado
^ PÓS



Duração

9 meses



Carga horária

360 horas



Metodologia

On-line

SOBRE O CURSO

O MBA em Gestão Comercial do Centro Universitário Integrado apresenta conceitos e técnicas modernas que auxiliam nas atividades e no trabalho do gestor comercial, identificando as melhores práticas e estratégias gerenciais utilizadas por empresas de diferentes portes. Trata-se de um curso de pós-graduação que proporciona uma sólida formação, abordando aspectos conceituais, estratégicos e operacionais focados nas áreas comerciais e de vendas.

METODOLOGIA

Disciplinas 100% on-line, organizadas em Unidades de Aprendizagem, que oferecem diversificados recursos didáticos, para a abordagem teórica, metodológica e prática do conteúdo.

Conteúdo planejado com base em metodologias ativas para o ensino e aprendizagem, as quais promovem a autonomia do estudante, figura central no processo de construção do conhecimento, bem como a excelência em sua formação.

Acompanhamento personalizado, para orientações, esclarecimento de dúvidas ou solução de eventuais problemas, permitindo interação simples e eficiente com os tutores e demais estudantes do curso, por meio dos fóruns, grupos de WhatsApp, e-mail ou do Serviço de Atendimento no Portal Acadêmico.



DISCIPLINAS E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

PLANEJAMENTO DE VENDAS

- Planejamento de Vendas
- Planos estratégicos de vendas
- Organização da Força de Vendas
- Desenvolvimento da Força de Vendas
- Controle e avaliação da força de vendas
- Remuneração da força de vendas
- Perfil do profissional de vendas
- Funções, tarefas e estilos de liderança do gerente de vendas
- Métodos e técnicas de apresentação de vendas
- Desenvolvimento de estratégias analíticas
- Requisitos para uma boa administração de vendas
- Ética em vendas



Carga horária: 40 horas

PLANEJAMENTO DE MARKETING

- Administrando marketing e vendas
- A Venda Integrada ao Sistema de Marketing
- Estratégias de marketing e as atividades de vendas
- Marketing e estratégias de negócios
- Ondas do negócio: do marketing 1.0 ao marketing 4.0
- Plano de marketing
- O composto mercadológico
- Escopo de aplicação do Marketing
- Técnicas e métodos de elaboração de cenários
- Gestão de Relacionamento com os clientes: Marketing Transacional x Marketing de Relacionamento
- Segmentação, seleção e posicionamento
- Promoção de Vendas: Estímulo do Varejo



Carga horária: 40 horas



COMÉRCIO ELETRÔNICO

- Potencial de mercado do comércio eletrônico
- Gestão de lojas virtuais
- Perfil do consumo virtual
- Introdução ao comércio eletrônico
- Marketing digital - comércio eletrônico
- Marketing e comércio eletrônico
- Comércio eletrônico e mobilidade
- Comércio eletrônico: conceitos-chave
- Implementação do comércio eletrônico
- Estratégias e aplicações do comércio eletrônico
- Gestão de redes sociais
- Métricas de análise e otimização de busca



Carga horária: 40 horas

ENGAJAMENTO DE EQUIPES COMERCIAIS

- Tipos de Equipe
- Habilidades de trabalho em equipe
- Habilidades de Liderança
- Desenvolvimento de líderes
- Remuneração, desempenho e competências
- Feedback Contínuo
- Ambientação: integração de novos colaboradores
- Gestão de Conflitos no ambiente organizacional
- Tomada de Decisão
- Mudança Organizacional
- Envolvimento dos funcionários na tomada de decisão
- Satisfação e compromisso no trabalho



Carga horária: 40 horas



ESTRATÉGIA DE VAREJO

- O papel do Varejo
- Tipologias Varejistas
- O Potencial do Varejo no Brasil
- Reflexos Atuais na nova economia
- Comportamento do consumidor em relação a preços, ofertas e promoções
- Classificando varejistas
- Localização varejista, formato e comportamento do consumidor
- Técnicas de Comunicação Varejista
- Facilitando a estratégia de Varejo
- Fidelizando consumidores
- Implementando o Marketing Interativo e Multicanal
- Estratégias Multicanais



Carga horária: 40 horas

COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR

- Fundamentos do Comportamento do Consumidor
- Análise do Comportamento do consumidor
- O processo de tomada de decisão
- Tipos de decisão de compra
- Fatores Sociais que Influenciam o Comportamento do Consumidor
- Influências culturais sobre o comportamento do consumidor
- As mídias sociais e os influenciadores digitais
- Marketing de Relacionamento
- Programas de Fidelidade
- Satisfação do consumidor e desempenho do produto
- Tendências em comportamento de consumo
- Consumo e Responsabilidade Ética



Carga horária: 40 horas



TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO

- A negociação: estratégias e planejamento I
- A negociação: estratégias e planejamento II
- As características de uma situação de negociação
- Como encontrar e utilizar o poder da negociação
- Os relacionamentos nas negociações
- As boas práticas nas negociações
- Venda Pessoal e gestão das vendas
- A percepção, a cognição e a emoção I
- A percepção, a cognição e a emoção II
- As estratégias e táticas da negociação integrativa I
- As estratégias e táticas da negociação integrativa II
- A ética nas negociações



Carga horária: 40 horas

GESTÃO DE PROJETOS

- Estratégia da Organização e Seleção de Projeto I
- Estratégia da Organização e Seleção de Projeto II
- Definindo o projeto
- Estimativas de Custo e Tempo de um Projeto
- Desenvolvimento de um Plano de Projeto I
- Desenvolvimento de um Plano de Projeto II
- Gerenciamento de Riscos I
- Gerenciamento de Riscos II
- Planejamento de Recursos e Custos I
- Planejamento de Recursos e Custos II
- Gerenciando Equipes de Projetos I
- Gerenciando Equipes de Projetos II



Carga horária: 40 horas



INOVAÇÃO EMPREENDEDORA

- Inovação nos diferentes setores do mercado
- O empreendedorismo e a mentalidade empreendedora
- Tipos de empreendedorismo
- Tipos de Inovação
- Estratégia Empreendedora: geração e exploração de novas entradas
- Empreendedorismo Corporativo
- Criatividade e a ideia da empresa
- Identificação e análise de oportunidades nacionais e internacionais
- A Proteção da Ideia e outras questões legais para o empreendedor
- Plano de Negócio: Criando e dando início ao empreendimento
- Plano Financeiro
- Tendências de Mercado Nacional e Internacional



Carga horária: 40 horas



COMO É A AVALIAÇÃO

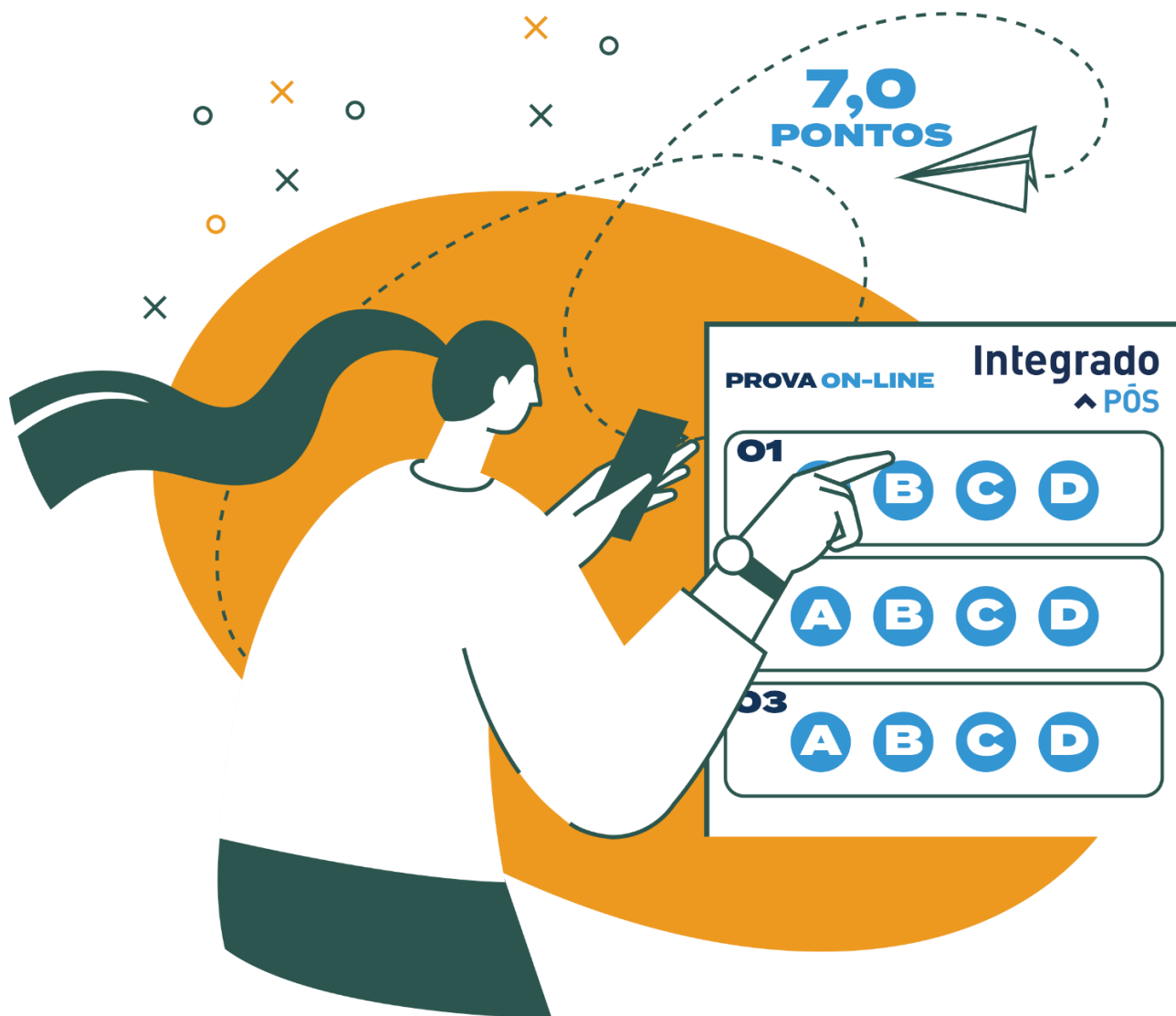
As disciplinas são formadas por Unidades de Aprendizagem, sendo que o seu acesso aos conteúdos disponibilizados em cada uma delas será contabilizado como uma pontuação de progresso, que pode garantir até 3,0 pontos em sua média final. Para isso é necessário:

- ◆ Estudar todos os conteúdos disponibilizados, ou seja, não deixar de acessar nenhuma das *abinhas* que compõem as Unidades de Aprendizagem;
- ◆ Responder corretamente os exercícios propostos.

PROGRESSO NAS UNIDADES DE APRENDIZAGEM



A pontuação de progresso, será somada à nota que você obtiver na prova on-line, formada por questões objetivas de múltipla escolha acerca dos conhecimentos abordados na disciplina, com valor 7,0.



Ao finalizar todas as disciplinas, você terá concluído o curso e seu certificado será emitido em no máximo três meses.

Não é necessário produzir o TCC, mas se você preferir desenvolver o trabalho, lhe ofereceremos todo o suporte necessário.

NÃO PRECISA PRODUZIR O TCC



- ◆ Que tal ser o protagonista do seu próprio conhecimento e se especializar na sua área?
- ◆ Matricule-se já e viva o seu sonho!

