

## **MBA EM PROPAGANDA, MARKETING E COMUNICAÇÃO INTEGRADA**

O curso foi concebido para analisar e desenvolver os tópicos mais avançados da pesquisa mercadológica e da análise dos hábitos e comportamento do consumidor. O planejamento estratégico de marketing e da comunicação mercadológica orientados para o mercado. A visão sistêmica e integrada das operações estratégicas de marketing. A gerência de produto e os processos de logística e de distribuição. Estratégias de exibição de produtos, posicionamento e gerenciamento de marcas, assessoria de imprensa, relações públicas, promoção de vendas e merchandising. Os mercados emergentes, a globalização e o marketing contextual e a análise e desenvolvimento interdisciplinar das mensagens nas campanhas de comunicação de marketing. Os níveis atuais de produção de bens e serviços, a estabilidade da moeda, a segmentação de mercado cada vez mais acentuada e as mudanças de comportamento do consumidor, além da emergência da Classe C, exigem das empresas sediadas no território nacional, uma postura mercadológica cada vez mais rigorosa e precisa para que possam colocar seus produtos e vencer a concorrência, com atenção especial àquela promovida pela abertura do mercado e pela importação. O curso destina-se à especialização de um profissional de Marketing, com ênfase em Comunicação de Integrada de Marketing, capaz de identificar as oportunidades existentes, criar, desenvolver e indicar as formas mais seguras de promover e efetivar a comercialização de produtos e serviços, em um mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

### **Objetivos do curso:**

- Capacitar profissionais que pretendem atuar, ou já atuam, nas empresas anunciantes, veículos de comunicação, empresas especializadas, empresas de consultoria e agências de propaganda, oferecendo um moderno e completo conjunto de conhecimentos mercadológicos, que ofereça o ferramental básico para planejar estrategicamente as ações de marketing e de comunicação de marketing, possibilitando enfrentar com êxito os desafios de um sistema de mercado cada vez mais competitivo e globalizado.
- Formar profissionais especializados na gestão das técnicas mais avançadas de planejar e executar os processos de comunicação com o mercado, visando a promoção de idéias, produtos e serviços.

### **A quem se destina:**

Graduados em publicidade e propaganda, marketing e propaganda, relações públicas, jornalismo, rádio e televisão, administração de empresas, bem como profissionais graduados interessados em desenvolver os aspectos mais avançados do marketing e da comunicação de marketing, para obter vantagens competitivas que vão diferenciá-los no mercado de trabalho.

### **Carga horária total**

420 horas

### **Duração do curso**

Aproximadamente 12 meses.



## Organização curricular

### **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Raul Fonseca Silva**

#### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Fundamentos teóricos e metodológicos para o estudo do comportamento do consumidor; princípios científicos para entendimento do comportamento humano; comportamento do consumidor e comportamento de compra; Influenciadores do comportamento e do consumo; os processos de compra e pós-compra; análise dos estágios de compra, suas características e implicações.

### **MERCHANDISING, PROMOÇÃO DE VENDAS E FINANÇAS APLICADAS AO MARKETING**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Geraldo Jose Soromenho**

#### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Merchadising como técnica de destaque e exibição de produtos; Merchandising Editorial; O conceito de Promoção de Vendas; Planejamento e políticas promocionais; Estratégias promocionais nos diversos segmentos da logística e distribuição; Gestão Financeira Integrada ao marketing; A análise financeira e o marketing; A Estrutura do departamento financeiro; Indicadores Financeiros; Fundamentos de administração; Fundamentos da Gestão Financeira; Juros, taxas de juros e de equivalentes; Gestão de aplicações; Conceitos de Gestão Financeira; Análise de investimentos em marketing.

### **COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, IDENTIDADE E REPUTAÇÃO**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Elisabeth Casoy**

#### **EMENTA DA DISCIPLINA**

A prática da pesquisa de campo em marketing, publicidade e propaganda. Os conceitos e problemas metodológicos e das técnicas de pesquisa. Os tipos de pesquisa: quantitativas e qualitativas, de opinião e de mercado. As principais fases de elaboração de um projeto de pesquisa de opinião. A amplitude das pesquisas de mercado. As principais normas da ABNT referentes à pesquisa de mercado e elaboração de relatórios. O conceito de comunicação de marketing. O composto de comunicação de marketing: propaganda, conceitos e gêneros; assessoria de imprensa; relações públicas e publicidade; merchandising no ponto de vendas e "tie in"; promoção de vendas e eventos promocionais; venda pessoal como processo de comunicação. Comunicação Integrada de Marketing.

### **GERÊNCIA DE MARCAS E PRODUTOS**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Elisabeth Casoy**

#### **EMENTA DA DISCIPLINA**

Diagnóstico empresarial e análise da macro e microambiência; O conceito de produto em marketing e a relação conceitual do produto com os consumidores; Gerência de produto e decisões estratégicas; Gerência de produto e fatores internos e externos do ambiente empresarial; Gerência de produto e decisões de marca; Gerência de produto e decisões estratégicas de embalagem.



**MARKETING: CONCEITOS E ESTRATÉGIAS**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Raul Fonseca Silva**

**EMENTA DA DISCIPLINA**

Evolução dos conceitos de marketing, da produção ao conceito de valor. Análise do ambiente organizacional interno, do composto de marketing ao desempenho das diversas variáveis. Análise do ambiente externo; modelos e ferramentas para análise; identificação das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças; identificação de possibilidades estratégicas. Visão sistêmica do planejamento e das estratégias organizacionais. Aplicações de marketing para diversos segmentos.

**PESQUISA DE MARKETING E DE OPINIÃO E COMUNICAÇÃO DE MARKETING**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Raul Fonseca Silva**

**EMENTA DA DISCIPLINA**

A prática da pesquisa de campo em marketing, publicidade e propaganda. Os conceitos e problemas metodológicos e das técnicas de pesquisa. Os tipos de pesquisa: quantitativas e qualitativas, de opinião e de mercado. As principais fases de elaboração de um projeto de pesquisa de opinião. A amplitude das pesquisas de mercado. As principais normas da ABNT referentes à pesquisa de mercado e elaboração de relatórios. O conceito de comunicação de marketing. O composto de comunicação de marketing: propaganda, conceitos e gêneros; assessoria de imprensa; relações públicas e publicidade; merchandising no ponto de vendas e "tie in"; promoção de vendas e eventos promocionais; venda pessoal como processo de comunicação. Comunicação Integrada de Marketing.

**PLANEJAMENTO AVANÇADO EM MÍDIA**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Amadeu Nogueira de Paula**

**EMENTA DA DISCIPLINA**

Analisar, discutir e entender a importância do planejamento estratégico de mídia para aumentar a eficácia das campanhas de comunicação de marketing. Utilizar as técnicas de GRP e TARP, continuidade, alcance e frequência, de acordo com os produtos e segmentos de mercado. Entender o novo conceito de mídia, apoiado nas possibilidades e pontos de contato com os públicos almejados.

**PROPAGANDA E EXPRESSÃO MULTIMÍDIA**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Cristina Fonseca Silva Rennó**

**EMENTA DA DISCIPLINA**

Estudo da relação entre expressão e representação na produção midiática contemporânea; imagem e informação através da estimulação da percepção visual; A imagem estática e a imagem em movimento; Escolas artísticas e influência na produção visual contemporânea; Teoria da percepção e capacidade perceptiva; As tendências da propaganda moderna e da comunicação de marketing como processo de apropriação das tendências artísticas e sociais.



**RELAÇÕES COM A IMPRENSA E MEDIA TRAINING**

**CARGA HORÁRIA: 40 horas**

**PROFESSOR(A): Moises Stéfano Barel**

**EMENTA DA DISCIPLINA**

Histórico de assessoria de imprensa e relações com a mídia; Relações públicas nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil; Imagem corporativa, notícia institucional, imprensa e organizações; Implantação de uma assessoria; Produtos e serviços para o relacionamento com a mídia; Release, internet, publicações empresariais; Fontes jornalísticas organizacionais; Gerenciamento de crises; Media training.

**Metodologia e avaliação:**

A construção da aprendizagem se dá por meio da nossa plataforma do aluno, onde o aluno encontrará todo o apoio acadêmico:

- ✓ Fórum;
- ✓ Vídeo-chat;
- ✓ Chat;
- ✓ Sala de aula/Cronograma;
- ✓ Notas e faltas;
- ✓ Material de estudos;
- ✓ Financeiro;
- ✓ Ocorrências;
- ✓ Publicações do estudante;
- ✓ Correio Eletrônico;
- ✓ Secretaria Virtual;
- ✓ Avaliação final.

**Avaliação final:** No final do curso o aluno realizará uma Avaliação contendo 30 questões objetivas por meio do Portal do Aluno. Essa avaliação aborda de maneira resumida, todo o conteúdo aplicado ao longo do curso, e possui como principal objetivo certificar a evolução do aluno.

A data será informada por meio do cronograma disponível no portal do aluno e para obter aprovação o discente deverá obter nota igual ou superior a 7,00 (sete). Após a aprovação em todas as disciplinas e na Avaliação Final, o aluno poderá solicitar, também no Portal do Aluno, seu Certificado.

**Certificação:**

- ✓ Credenciado pelo Decreto de 24 de novembro de 1997, publicado no Diário Oficial da União de 25 de novembro de 1997; reconhecido pela Portaria no. 505, de junho de 2015, publicada no Diário Oficial da União de 05 de junho de 2015.
- ✓ Credenciado para oferecimento de cursos na modalidade à distância pela Portaria no 1.109 de 27 de novembro de 2015, publicada no Diário Oficial da União em 30 de novembro de 2015.