

MBA USP MARKETING

Presencial
no Campus USP de Ribeirão Preto

COORDENAÇÃO



Prof. Dr. Dirceu Tornavoi
de Carvalho



Prof. Dr. Paulo Miranda



Profa. Dra. Janaina de
Moura Engracia Giraldi

SOBRE



O **MBA Marketing** Presencial já formou mais de 1000 profissionais em 30 turmas desde o ano 2000.

A experiência de aprendizagem prática, com grande interação – high touch – permite melhor assimilação de conteúdos e comportamentos que formam e lapidam o gestor de marketing,

Nossos diferenciais:

- Combinação curricular única entre conteúdos estratégicos, táticos e gerenciais que ampliam a visão e os horizontes profissionais dos participantes;
- Interação presencial com colegas e professores permite networking de alto nível;
- Alto nível de recomendação entre os ex-alunos;
- Professores de faculdades renomadas e executivos de mercado;
- Certificado de conclusão da Cultura e Extensão USP.

OBJETIVOS

🎯 O objetivo do MBA Marketing é criar uma experiência de aprendizagem da administração de marketing com a qual o participante ampliará a capacidade de:

- Pensar, definir e examinar as situações práticas de marketing com base em conhecimentos abrangentes, profundos e rigorosos;
- Formular novas perspectivas e propor soluções inovadoras para as questões de marketing;
- Tomar decisões de marketing mais eficazes e eficientes, produzindo efeitos positivos e significativos no desempenho das empresas;
- Prosseguir aprendendo a disciplina partindo de uma base sólida.

✓ PROCESSO SELETIVO

- A inscrição pode ser feita pela internet (cursos.fundace.org.br);
- Seleção por análise curricular e entrevista;
- Os candidatos devem portar diploma de graduação (bacharelado ou licenciatura) de instituição reconhecida pelo MEC.

🎯 PÚBLICO-ALVO



O curso é desenhado para profissionais graduados em qualquer área do conhecimento que precisem desenvolver habilidades em estratégia e marketing.

Historicamente nossos alunos e alunas são engenheiros(as), publicitários(as), farmacêuticos(as), empresários(as), agrônomos(as), veterinários(as), administradores(as), dentre outras formações, com algum tempo de experiência profissional.

MÓDULO I - Marketing e Gestão de Negócios

Integração e Relações Interpessoais
Fundamentos de Marketing e Geração de Valor
Gestão e Planejamento de Marketing
Gestão por Processos com Foco no Cliente I e II
Inovação, Empreendedorismo e Novos Serviços
Cultura e Mudança nas Organizações
Finanças Empresariais
Apresentação Parcial de Plano de Marketing I

MÓDULO III - Gestão de Produtos e Comunicação

Produto e Desenvolvimento de Novos Produtos
Design de Embalagens
Comunicações Integradas de Marketing I e II
CRM - Gestão de Relacionamento com o Cliente
Novas Mídias: Social Interativa e Digital
Marketing de Varejo
Comércio Eletrônico, Marketing direto e Database Marketing
Marketing para o Mercado B2B
Negócios Internacionais
Workshop de Liderança
Apresentação Parcial de Plano de Marketing III

MÓDULO II - Inteligência e Estratégia de Marketing

Elaboração e Análise de Cenários de Mercado
Estratégia Empresarial
BSC - Balanced Score Card e Gestão da Estratégia
Posicionamento e Branding - Gestão de Marca
Comportamento do Cliente e Segmentação de Mercado
Pesquisa de Mercado
Análise da Demanda e dos Concorrentes
Workshop de Comunicação Interpessoal e Trabalho em Equipe
Apresentação Parcial de Plano de Marketing II

MÓDULO IV - Gestão Comercial e Financeira

Administração de Vendas I e II
Canais, Logística e Trade Marketing
Workshop de Negociação
Estratégia de Determinação de Preços
Previsão de Vendas e Orçamento de Marketing e Vendas
Análise dos Investimentos e Métricas de Desempenho em Marketing
Jogos de Empresas I, II e III
Apresentação Parcial do Plano de Marketing IV
Workshop - Criando o Futuro
Apresentações Finais dos Planos de Marketing

CARGA HORÁRIA :



Duração:

24 meses

(TCC desenvolvido durante os módulos)



Total de horas:

420h



HORÁRIOS

AULAS AOS **SÁBADOS** | das 8h às 17h30* (quinzenais)

PROVAS ÀS **SEXTAS-FEIRAS** | das 19h às 22h*

PALESTRAS | das 19h30 às 23H*

Visitas a empresas (opcionais)*

Módulo Internacional (opcionais)*

* Datas pré-definidas



Diploma:

USP

¹ A periodicidade das aulas poderá sofrer alteração decorrente da disponibilidade dos docentes.

² As horas mencionadas são equivalentes à horas/aula com duração de 50 minutos cada.

A Fundace reserva-se o direito de não oferecer o curso caso 60% das vagas ofertadas não sejam preenchidas. O programa do curso está sujeito a aprovação do COCEX e eventuais alterações.

LOCAL

As aulas são ministradas nas dependências da FEA-RP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto) da Universidade de São Paulo, *campus* USP Ribeirão Preto.



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O TCC é um plano de marketing feito individualmente em etapas ao longo do curso. Faz parte da avaliação dos módulos e é uma maneira de colocar em prática os conhecimentos adquiridos a cada aula do curso. Ao fim do curso o TCC está pronto pra ser apresentado.

CERTIFICADO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Para o recebimento de Certificado de Conclusão é necessário média maior ou igual a 7,0 na avaliação de cada módulo. Frequência igual ou superior a 75% em cada módulo. TCC avaliado com nota superior a 7 por banca de 2 ou 3 professores ao final do curso.



INVESTIMENTO

Informações sobre investimento disponíveis por:

 Telefone: 0800 77 300 70

 Email: atendimento@fundace.org.br

