

O **MBA Marketing** oferece aos profissionais um padrão de excelência em ensino para análise, planejamento, implementação e controle das ações de marketing, visando a capacidade competitiva e os resultados empresariais em um cenário de crescente complexidade e dinamismo.

Nossos diferenciais:

- Está entre os 10 melhores MBA do Brasil há 10 anos (ranking Você S/A);
- Networking com profissionais qualificados e reconhecidos no mercado;
- Professores de faculdades renomadas e executivos de mercado;
- Certificado de conclusão de curso pela Cultura e Extensão USP.

**SOBRE**

## ✓ PROCESSO SELETIVO

- A inscrição pode ser feita pela internet ([cursos.fundace.org.br](http://cursos.fundace.org.br));
- A seleção é feita através de análise curricular, entrevista e prova;
- A aprovação consiste no resultado conjunto de todas as etapas do processo.
- Os candidatos devem portar diploma de graduação de instituição reconhecida pelo MEC.

## 🎯 PÚBLICO-ALVO

Empresários, executivos e profissionais com responsabilidades nas áreas de marketing, gestão de produtos, vendas, comercial, distribuição, promoção, comunicação, relacionamento, serviços aos clientes e tecnologia de informação, e todos os interessados em estratégia empresarial com foco no mercado.

## 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

## 💰 INVESTIMENTO

Informações sobre investimento disponíveis no telefone: 0800 77 300 70 ou e-mail: [atendimento@fundace.org.br](mailto:atendimento@fundace.org.br)

## 📋 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os alunos são orientados ao longo do curso para elaborarem um Plano de Marketing de acordo com a metodologia exclusiva do MBA Marketing Fundace/USP. O Plano é uma forma de aplicação dos conhecimentos adquiridos à uma empresa de escolha do aluno. Concebido para ser aplicado efetivamente nas empresas, o trabalho é feito em etapas acompanhando os módulos, e ao final, o TCC estará pronto (com muitas ações já executadas). É ainda um requisito central do curso.

## 📍 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.

## 📄 CERTIFICADO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Para o recebimento do Certificado de Conclusão é necessário média maior ou igual a 7,0 na avaliação de cada módulo. Frequência global igual ou superior a 75% em cada módulo. Monografia individual, à qual deverá ser aplicada nota igual ou superior a 7,0, avaliada por banca.

## | CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 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 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 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 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 OBRIGATÓRIA

SEMESTRE

4

TOTAL DE HORAS

552

HORÁRIOS<sup>1</sup>

SEXTA-FEIRA  
(EM DATAS PRÉ-DEFINIDAS)

PROVAS DAS 19H ÀS 22H E  
PALESTRAS DAS 19H30 ÀS 23H

SÁBADO  
AULAS QUINZENAIS

AULAS DAS 8H ÀS 17H30

DISTRIBUIÇÃO DE HORAS<sup>2</sup>

HORAS DE AULAS

432

HORAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO

120

VISITAS A EMPRESAS (OPCIONAL)

20

MÓDULO INTERNACIONAL (OPCIONAL)

96

<sup>1</sup> A periodicidade das aulas poderá sofrer alteração decorrente da disponibilidade dos docentes.

<sup>2</sup> 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.