

Turma	MÓDULO	CARGA HORÁRIA
2019	Planejamento de Vida e Carreira	20
2020		

2019	Inteligência e Estratégia Competitiva de Mercado	20
2020		

2019	Marketing de Relacionamento e Comportamento do Consumidor	20
2020		

2019	Geomarketing: Inteligência Geográfica de Mercado	20
2020		

2019	Pesquisa de Mercado e Netnografia	20

EMENTA

A disciplina será trabalhada de forma interdisciplinar, preparando o aluno para definir seus objetivos individuais, que aliado aos conteúdos dos demais módulos do programa, possibilitam aglutinar o aprendizado para o desenvolvimento de competências específicas e únicas que com certeza irão contribuir para um melhor desempenho no trabalho. Ao final do conteúdo prevê-se que o aluno consiga identificar as implicações para melhoria de sua carreira, fazer as ligações entre os conteúdos aprendidos como ancora para sua prática profissional, tudo alinhado aos seus objetivos pessoais.

A disciplina aborda os aspectos de inteligência e estratégia competitiva, tratando do contexto organizacional e a disciplina de inteligência como recurso essencial para a gestão de riscos e oportunidades para atingir os objetivos estratégicos, através da compreensão de sua inserção nos diferentes processos de negócio, quais são os modelos e exigências para estabelecer um sistema de inteligência consistente com o as características da organização, técnicas de direção ou condução de inteligência; o ciclo de inteligência. Fundamentos de estratégia competitiva, mapeamento do ambiente competitivo formulação, estratégias genéricas, ferramentas de análise da estratégia. Possibilita o aprendizado sobre posicionamento da empresa no ambiente competitivo.

Desenvolve o foco da competição por participação e lealdade na empresa. Discute as melhores alternativas para criar diferenciais para atrair e, principalmente, manter clientes. Objetiva entender a importância da fidelização para geração de valor e para uma melhor rentabilidade da empresa.

Entender o mercado, potencializar as oportunidades locais e segmentar os nichos identificados. Os estudos do Geomarketing proporcionam à empresa melhores resultados. Portanto, a ementa possui Princípios do Marketing e a contribuição do Geomarketing e o Perfil do Consumidor; Análise e decisões de Mercado; Potencial de Vendas por região/zona; Sistema de Informação; Softwares de Geomarketing; Produto, Preço e Comunicação adequados à Praça em que situa-se a empresa.

Conceitos e metodologia de pesquisa de mercado. Pesquisa quantitativa e qualitativa. Dados primários e secundários. Plano de pesquisa de mercado. Aplicações da pesquisa de mercado no ambiente online.

DATAS	DOCENTE	email	titulação
18;19;25; 26/set	Lucia Kratz	Luciakratz@gmail.com	Doutor
09;10; 30;31/10	Pedro Henrique Rodrigues de Sousa (Mestre)	phsousa.adm@gmail.com	MESTRE
06;07;20; 21/nov	MÁRCIA AURIANI	marcia@marciaauriani.com.br	MESTRE
04;05;11; 12/dez	Santiago Meireles (Mestre)	santiagomeirelesrocha@gmail.com	MESTRE
Deseja manter 2021	Frank Michael Wanderley	frankmichael.ads@gmail.com	Especialista

