

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO

OBJETIVO

PROPORCIONAR INSTRUMENTOS ATUALIZADOS PARA A GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS, SEJA NA QUALIDADE DE EMPREGADOS, PARCEIROS OU EMPREENDEDORES DE NEGÓCIOS PRÓPRIOS EM ESPECIAL NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.

DISCIPLINAS

1 - COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM GESTÃO DE VENDAS

INTRODUÇÃO AO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - NECESSIDADES E MOTIVAÇÕES - PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR - PERSONALIDADE E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - APRENDIZAGEM E ENVOLVIMENTO DO CONSUMIDOR - ATITUDES E MUDANÇA DE ATITUDES - INFLUÊNCIAS SOCIAIS E CULTURAIS - PROCESSO DECISÓRIO INDIVIDUAL - DIFUSÃO DE INOVAÇÕES - PROCESSO DECISÓRIO GRUPAL E ORGANIZACIONAL.

2 - GERÊNCIA DE COMPRAS E NEGOCIAÇÃO

A CIÊNCIA DAS COMPRAS, O MECANISMO DAS COMPRAS, A DEMOGRAFIA DAS COMPRAS, A DINÂMICA DAS COMPRAS.

3 - GESTÃO DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO

CONCEITO E DELIMITAÇÃO DA SOCIEDADE DO CONHECIMENTO E DA SOCIEDADE; EXPLICAÇÃO DA COMPETITIVIDADE BASEADA NO CONHECIMENTO; RELACIONAMENTO DA INTELIGÊNCIA COM A GESTÃO DO CONHECIMENTO; HISTÓRICO DA GESTÃO DO CONHECIMENTO E PRINCIPAIS CONCEITOS; DEFINIÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL; DEFINIÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL; CONCEITOS RELACIONADOS À INOVAÇÃO; APRESENTAÇÃO DOS ATORES DO PROCESSO DE INOVAÇÃO E O CONTEXTO EM QUE ATUAM; PRINCIPAIS HABITATS DE INOVAÇÃO, ENTENDIDOS COMO AMBIENTES DE INCENTIVO ÀS ATIVIDADES DE INOVAÇÃO. DISCIPLINA DESENVOLVIDA NA SECRETARIA VIRTUAL.

4 - INTELIGÊNCIA COMPETITIVA EM MKT

ESTRATÉGIA COMPETITIVA, SISTEMAS ESTRATÉGICOS DA INFORMAÇÃO, COMPETINDO PELO FUTURO EM VENDAS, O MONITORAMENTO DA CONCORRÊNCIA, PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, AS FASES DO PLANEJAMENTO, O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E TOMADA DE DECISÃO EM VENDAS.

5 - JOGOS DE NEGÓCIOS

ESTUDOS DE CASO ORGANIZACIONAIS COM APLICAÇÃO PRÁTICA.

6 - LOGÍSTICA DE SUPRIMENTOS E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

CONCEITO DE LOGÍSTICA, FERRAMENTAS LOGÍSTICAS, LOGÍSTICA GLOBALIZADA, CADEIAS DE SUPRIMENTO, INTEGRAÇÃO DAS OPERAÇÕES LOGÍSTICAS, SERVIÇOS AO CLIENTE, PREVISÕES, CANAIS DE VENDAS - SISTEMAS VERTICAIS DE COMERCIALIZAÇÃO: SISTEMA EMPRESARIAL, ADMINISTRADO E CONTRATUAL, GESTÃO DE MATERIAIS EM ESTOQUE, RECEBIMENTO DE MATERIAIS, FRETES E TRANSPORTE DE MATERIAIS, ARMAZENAGEM DE MATERIAIS, INVENTÁRIO, CONTROLES FÍSICO-FINANCEIROS, GESTÃO DA MARCA.

7 - MARKETING DE SERVIÇOS EM VENDAS

CONCEITOS EM SERVIÇOS, QUALIDADE EM SERVIÇOS, ATENDIMENTO, FOCO NO CLIENTE, MARKETING DE SERVIÇOS NA PRÁTICA.

8 - METODOLOGIA DA PESQUISA E MONOGRAFIA

MÉTODOS DE ESTUDO: FICHAMENTO, RESENHA, ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO CIENTÍFICO. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA. PROJETO DE PESQUISA. MONOGRAFIA. ELEMENTOS METODOLÓGICOS DA MONOGRAFIA. UNIFORMIZAÇÃO REDACIONAL.

9 - PESQUISA DE MARKETING EM GESTÃO DE VENDAS

CARACTERIZAÇÃO DOS DIVERSOS TIPOS DE PESQUISA SOCIAL, DANDO MAIOR ENFOQUE À AQUELES DO CAMPO ESPECÍFICO DA COMUNICAÇÃO. USOS DA PESQUISA DE OPINIÃO E DA PESQUISA DE MARKETING. MÉTODOS DE PESQUISA: ABORDAGENS QUALITATIVAS E QUANTITATIVAS. A ATIVIDADE DE PESQUISA E O PROCESSO DE

PLANEJAMENTO: INSTRUMENTAIS, COLETA DE DADOS, MÉTODOS ESTATÍSTICOS EM PESQUISAS MERCADOLÓGICAS E DE COMUNICAÇÃO.

10 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MERCADO

A EVOLUÇÃO DO PENSAMENTO DE MARKETING. AMBIENTE DE MARKETING. COMPORTAMENTO DE COMPRAS. POSICIONAMENTO E DIFERENCIAÇÃO. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO. DECISÕES DE PRODUTO, PREÇO, PROMOÇÃO E DISTRIBUIÇÃO. AVALIAÇÃO DA CATEGORIA, DO CONSUMIDOR E DO FORNECEDOR. AVALIAÇÃO DE OPORTUNIDADES. ESTRATÉGIAS E TÁTICAS. PAPEL DA CATEGORIA. CARTÃO DE METAS.

11 - PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING

PROMOÇÃO - FORTE INSTRUMENTO DE MARKETING; AÇÕES PROMOCIONAIS. TIPOS DE PROMOÇÃO DE VENDAS; MERCHANDISING NO PONTO DE VENDAS; COMPRA POR IMPULSO; O PRODUTO NO PONTO DE VENDA; COMUNICAÇÃO; PROPAGANDA; UM PRODUTO CHAMADO EMBALAGEM; O VALOR DA MARCA.

12 - TÉCNICAS DE VENDAS E GERENCIAMENTO DE EQUIPES

PERFIL DO NEGOCIADOR, AS TÁTICAS DA NEGOCIAÇÃO EFICAZ, AS FASES DA NEGOCIAÇÃO, O TRABALHO EM EQUIPE, BARREIRAS NO DESENVOLVIMENTO DE EQUIPES.