

MBA EM MARKETING EAD

MANUAL DO CURSO

Informações

Central de Relacionamento: (11) 4007-2375

De segunda a sexta-feira: das 9h às 20h30

relacionamentoead@espm.br

Skype: relacionamentoead

www.espm.br/ead

Apresentação do Curso

Sessão por web conferência com a coordenação do curso: veja as opções de data e horário no site e faça sua inscrição conforme os procedimentos indicados no site.

MBA EM MARKETING – EAD

Em um mundo cada vez mais competitivo, torna-se imprescindível que os profissionais da área de mercados aprimorem suas técnicas para o alcance do sucesso empresarial. As novas relações entre as empresas e os ambientes em que se inserem, bem como o surgimento de clientes cada vez mais exigentes, são alguns dos aspectos que demandam do gestor de mercados maior preparo na elaboração de estratégias e no planejamento de ações.

O curso **semipresencial MBA em Marketing** visa a preparar gestores para atuar nas áreas de marketing e estratégia, capacitando-os para atender às demandas do século XXI. O conteúdo ministrado permite ao estudante o domínio das técnicas de marketing e sua utilização como um importante instrumento de gestão para as empresas que atuam nos ambientes complexos e em transformação. A grade de disciplinas embasa-se num currículo que engloba os principais aspectos mercadológicos, culminada com a elaboração de um plano de marketing, em que o estudante aplica o conhecimento teórico e prático construído nas aulas.

Objetivo

Capacitar gestores nas áreas de marketing e estratégia para atuar em organizações de diferentes portes e setores, privilegiando o desenvolvimento de uma visão de mercado atual que conduza a uma eficiente tomada de decisão gerencial e ao desenvolvimento de atitudes gerenciais compatíveis com a filosofia de foco no mercado, na ética e na responsabilidade empresarial.

Público-alvo

Direcionado a graduados em qualquer área do conhecimento e a empreendedores que atuam ou necessitam aprofundar seu conhecimento na área de marketing, visando a ampliar suas perspectivas de análise das situações empresariais e de tomada de decisão.

Dinâmica do curso

O programa do curso tem uma composição que reflete a experiência da ESPM na formação dos profissionais de marketing.

Ao todo, o curso possui 11 disciplinas de 30 horas cada; 8 disciplinas com 15 horas cada e uma disciplina com 45 horas, que inclui o suporte necessário para a elaboração de um plano de marketing, como o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que também irá requerer cerca de 45 horas de atividade extraclasse.

Coordenadora: Dra Iná Futino Barreto



Doutora em Marketing pela FEA-USP (2015), Mestre em Marketing pela FEA-USP (2007), Especialista em Marketing Direto pela Associação Brasileira de Marketing Direto - AMBEMD (2004), Graduada em Comunicação Social pela Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicação (2003). Professora nas áreas de marketing e comunicação desde 2005. Experiência em gestão de produtos, comunicação e marketing de relacionamento. Consultora e palestrante nas áreas de marketing e marketing de relacionamento.

(<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4168847Y6>)

Disciplinas do curso

As disciplinas do programa são:

	Disciplinas	Horas-Aula
Estratégia de marketing 1º Bloco	Fundamentos de Marketing	30
	Ambiente de Negócios e Estratégia Empresarial	30
	Marketing Estratégico e Planejamento de Marketing	15
	Big Data e Inteligência de Negócios	30
	Pesquisa de Marketing	30
	Comportamento do Consumidor	15
	Neurociência Aplicada ao Marketing	15
Composto de Marketing 2º Bloco	Produto e Branding	30
	Marketing de Serviços	15
	Marketing de Relacionamento, <i>CLV</i> e <i>CRM</i>	15
	Gestão de Canais de Marketing e <i>Trade</i>	15
	Gestão da Comunicação Integrada	30
	Marketing Digital	30
	Gestão de Preços	15
Habilidades gerenciais 3º Bloco	Métricas em Marketing	15
	Gestão de Pessoas e Habilidades Gerenciais	30
	Fundamentos da Gestão Financeira	30
	Finanças Aplicadas ao Marketing	30
Consolidação do 4º Bloco	Jogos de Negócios	30
	Plano de Marketing – Projeto de Conclusão	90

Observações:

- Ao final de cada disciplina o aluno deverá se inscrever para realizar a prova presencial, na data de seu interesse. As provas presenciais podem ser realizadas em qualquer um dos campi da ESPM: São Paulo, Rio de Janeiro ou Porto Alegre, conforme agenda disponível no ambiente do curso.
- O tempo para a realização de cada prova presencial será de 1h30min (uma hora e trinta minutos).
- Uma vez no semestre é realizada a Rede Temática ESPM. Esta poderá ser realizada em um dos três campi de São Paulo – Álvaro Alvim, Joaquim Távora ou Vila Olímpia. Este é um evento de participação opcional e a data é publicada no ambiente virtual de aprendizagem com antecedência, para facilitar o deslocamento dos interessados. Qualquer despesa de deslocamento e acomodação é de responsabilidade do aluno.
- Ao total de 540 horas do curso estão incluídas 40h que é a estimativa de horas das atividades extraclasse para a elaboração do Trabalho de Conclusão do Curso.

Fundamentos de Marketing

Compreender conceitos fundamentais na área de marketing, os quais são imprescindíveis no desdobramento em outras disciplinas do curso.

Ambiente de Negócios e Estratégias Empresariais

Ampliar, organizar e aprofundar o conhecimento quanto aos principais conceitos e modelos alternativos para a formulação de estratégias de competição e de crescimento de negócios e empresas a partir de uma análise ambiental adequada;

possibilitar a assimilação e ordenação do conhecimento sobre o processo de planejamento empresarial dentro de um contexto globalizado por meio da compreensão da definição dos negócios nos diversos ambientes com os quais a empresa transaciona.

Marketing Estratégico e Planejamento de Marketing

Contribuir com a preparação do estudante para a compreensão do ambiente de marketing de forma a suportar o seu entendimento e a crítica sobre os elementos necessários para o gerenciamento do processo de marketing por meio da:

- Utilização dos principais conceitos de marketing na estratégia e na operação das organizações;
- Aplicação das principais ferramentas de análise de mercado para a tomada de decisões;
- Discussão do processo de planejamento de marketing e utilização do plano de marketing.

Big Data e Inteligência de Negócios

Desenvolver no profissional capacidades de inteligência para tomar decisões que promovam a competitividade das empresas. Uma empresa competitiva é capaz de manter e/ou ampliar uma posição sustentável no mercado em que atua. Essa disciplina visa a promover o estudante tais capacidades, apresentando modelos em negócios aplicados a realidades de mercado e

discutindo a vanguarda das ferramentas e processos de coleta e análise de informação.

Pesquisa de Marketing

Conhecer os principais fundamentos da pesquisa de mercado e se familiarizar com as ferramentas a fim de obter informação para a tomada de decisões utilizando os métodos contemporâneos de pesquisa.

Comportamento do Consumidor

Compreender os principais fatores que determinam o comportamento do consumidor e o processo de tomada de decisão na compra de produtos e serviços.

Neurociência Aplicada ao Marketing

Compreender como a neurociência pode contribuir para explicar o comportamento por meio das atividades cerebrais; habilitar o profissional utilizar essa nova fonte de informação para compreender seu consumidor não apenas por aquilo que é consciente ao consumidor e que, portanto, ele pode expressar; mas também por aquilo que é inconsciente.

Produto e *Branding*

Aprender a gerenciar produtos e marcas a fim de transformá-los em vantagem competitiva para as empresas.

Marketing de Serviços

Compreender conceitos de marketing específicos para profissionais e empresas de serviços.

Marketing de Relacionamento, *CLV* e *CRM*

Conhecer as principais características do marketing de relacionamento, os elementos que o compõe e os principais resultados que se espera desse tipo de ação; conhecer as principais atividades necessárias à essa atividade, em especial o trabalho de *Customer Relationship Management*; entender o

conceito de *Customer Lifetime Value* (Valor Vitálicio do Cliente) e capacitar o profissional para utilizá-lo de modo a otimizar a gestão de seu portfólio de clientes.

Gestão de Canais de Marketing e Trade

Conhecer as estratégias dos vários modelos de canais de marketing e as variáveis fundamentais para as decisões em vendas.

Gestão de Comunicação Integrada

Aprimorar a elaboração de uma estratégia de comunicação que integre os diferentes pontos de contato da marca com seus públicos.

Marketing Digital

Levar o estudante a compreender os conceitos e as ferramentas de comunicação dirigida e a importância do marketing direto dentro das estratégias mercadológicas das campanhas de comunicação.

Gestão de Preços

Possibilitar a aquisição e a ordenação dos conceitos fundamentais de gestão de custos e preços visando a sua aplicação na prática dos negócios.

Métricas em Marketing

Compreender o processo de avaliação de desempenho em marketing e como selecionar, calcular, explicar e utilizar as principais métricas na tomada de decisão empresarial.

Gestão de Pessoas e Habilidade Gerenciais

Aprofundar os conceitos referentes ao fator humano no contexto atual, visando ao autoconhecimento e à transformação em um gestor de pessoas e de mudanças. Adquirir informações para influenciar, desenvolver, comprometer pessoas e construir equipes, refletindo sobre a conduta e o comportamento dos indivíduos na organização.

Fundamentos da Gestão Financeira

Compreender conceitos fundamentais da gestão financeira, os quais são imprescindíveis no desdobramento em outras disciplinas do curso.

Finanças Aplicadas ao Marketing

Possibilitar a aquisição e a ordenação dos conceitos fundamentais de finanças relacionados à gestão comercial.

Jogos de Negócios (Markstrat ou Simulador)

Aplicar os conceitos adquiridos desde o início do programa MBA dentro de um ambiente altamente competitivo, mas ainda sem riscos.

Projeto de Conclusão Aplicado (PCA)

- Ampliar, organizar e aprofundar o conhecimento dos principais conceitos envolvidos na elaboração de um plano de marketing.
- Possibilitar a assimilação e ordenação do conhecimento sobre o processo de elaboração de um plano de marketing.

Estrutura do curso e carga horária

Todas as disciplinas possuem no mínimo duas aulas por web conferência com o professor-tutor para que o estudante possa interagir diretamente e esclarecer dúvidas. Essas aulas serão conduzidas ao vivo, no horário das 19h30, permanecendo gravadas no ambiente virtual de aprendizagem para que o estudante possa assisti-la mais de uma vez ou, no caso de estar impossibilitado de assistir ao vivo, possa assistir a gravação.

Algumas informações básicas relevantes:

- O curso possui 540 horas realizadas em cerca de 4 semestres.
- Simultaneamente, são realizadas duas disciplinas, sendo uma às segundas e outra às quartas-feiras.
- Cada disciplina requer cerca de 5 horas semanais para estudo do conteúdo e preparação das atividades.

Requisitos durante a realização do curso

Tecnologia

O ambiente virtual de aprendizagem (AVA) estará disponível em tempo integral e poderá ser utilizado no horário de melhor conveniência do participante. Em cada disciplina haverá, no mínimo, duas a três aulas em web conferência, em dia e horário previamente agendados e divulgados aos estudantes matriculados. Nessas aulas os estudantes poderão interagir diretamente com o professor por meio de microfone ou chat, dependendo da disponibilidade do aluno.

Requisitos mínimos para o acesso à educação a distância, cuja responsabilidade é do estudante:

- O curso será realizado pela internet, em um ambiente virtual de aprendizagem (AVA), e somente poderá ser acessado por meio de um computador, inclusive notebook e tablet IOS;
- Os cursos ofertados na modalidade de Educação a Distância ESPM requerem a disponibilidade de som e placa de vídeo. Para as aulas agendadas por web conferência, também será necessário microfone;
- O interessado em adquirir o curso deverá possuir equipamento com as seguintes configurações:
 - Processador 2.0 GHz ou superior;
 - Memória RAM 1Gb para Windows Vista ou superior;
 - Placa de vídeo 128 Mb off-board ou on-board;
 - Monitor 800 x 600 pixels;
- Requisitos gerais:

velocidade de banda: 2Mbps ou superior; acesso aos endereços: <http://www.youtube.com/> e <http://vimeo.com/> desbloqueados em Firewalls e redes corporativas; permitir Cookies.

Eventos Presenciais

1. Polos para realização das provas:

Campus Álvaro Alvim

Rua Álvaro Alvim, 123 – Vila Mariana – São Paulo - SP

Campus Joaquim Távora

Rua Joaquim Távora, 1240 – Vila Mariana – São Paulo - SP

Campus Vila Olímpia

Rua Gomes de Carvalho, 1195 – Vila Olímpia – São Paulo - SP

Campus ESPM Rio

Rua do Rosário, 90 – Centro - Rio de Janeiro – RJ

Campus ESPM Sul

Rua Guilherme Schell, 350 – Santo Antônio - Porto Alegre – RS

Observação: considerando a proximidade dos campi Álvaro Alvim, Joaquim Távora e Vila Olímpia, os eventos realizados em São Paulo ocorrerão em somente um desses campi.

2. Rede Temática ESPM

Ao final de cada semestre, durante um sábado, ocorrerá em um campus, em São Paulo, um encontro envolvendo estudantes dos cursos de pós-graduação da modalidade semipresencial. Os objetivos desses eventos são:

- interagir com executivos da área de negócios que possuem cases de interesse;
- aproximar os alunos dos cursos com os professores das disciplinas;
- estimular a realização de relacionamento profissional entre alunos, professores e convidados;
- possibilitar a realização de provas.

O calendário da rede temática integrará o calendário acadêmico do curso.

Sistema de avaliação adotado no curso

3. Processo de avaliação

- O processo de avaliação dos estudantes está dividido em duas partes: **produto acadêmico** e **processo individual**.
- Cada disciplina adota critérios próprios de avaliação no que tange à ponderação dos fatores produto acadêmico e processo individual, estabelecidos de acordo com sua natureza e objetivos.

A avaliação presencial de cada disciplina será realizada:

- Após o encerramento das disciplinas, o aluno poderá se inscrever para realização das provas presenciais. A disciplina somente é considerada concluída após a realização da prova presencial;
- As provas presenciais são realizadas aos sábados, em data previamente informada pelo ambiente virtual de aprendizagem, em um dos *campus* da ESPM. Casos excepcionais serão tratados isoladamente. A agenda estará disponível no ambiente virtual de aprendizagem para que o aluno possa escolher as datas de maior conveniência.

4. Critério de aprovação nas disciplinas

- A aprovação em cada disciplina é obtida com nota final mínima de 7,0 (sete).
- Não ultrapasse o limite de 25% (vinte e cinco por cento) de faltas estabelecido por disciplina. Por se tratar de um curso a distância, considera-se falta a não publicação das atividades da disciplina, conforme informações detalhadas no ambiente virtual de aprendizagem. A reprovação por faltas é automática e implicará na rematrícula na respectiva disciplina. As únicas exceções são as disciplinas de fundamentos. Por serem disciplinas autoinstrucionais, niveladoras para as posteriores, apenas nesses casos não há controle de faltas.
- O estudante que for reprovado em alguma disciplina poderá cursá-la novamente mais duas vezes. Independentemente do motivo, no caso de

uma terceira reprovação, o estudante estará automaticamente desligado do programa.

Critério de aprovação no curso

- Para a obtenção do certificado, o estudante deve ter cursado e ter sido aprovado em todas as disciplinas do curso;
- O curso deverá ser concluído em, no máximo, 6 (seis) semestres consecutivos, contados a partir da sua primeira matrícula. Caso ultrapasse esse período, o estudante deverá submeter-se novamente ao processo seletivo e se adaptar ao programa vigente na época do exame.

📌 Pré-requisitos para a inscrição

Preenchimento da ficha de inscrição no site e pagamento de taxa no valor de R\$150,00 (cento e cinquenta reais).

(Não haverá devolução da taxa de inscrição em caso de desistência ou não aprovação do candidato no processo seletivo.)

📌 Processo seletivo

Inscrições abertas até o dia **14/8/2017** ou até o fim das vagas disponíveis.

- Após o pagamento da taxa de inscrição, o candidato receberá um link para efetuar o processo seletivo on-line, que é composto das seguintes etapas:
 - 1ª etapa → preenchimento dos dados cadastrais;
 - 2ª etapa → preenchimento do questionário de áreas e interesses;
 - 3ª etapa → elaboração da redação;
 - 4ª etapa → inserção do currículo profissional atualizado*.

***Inserir os documentos nos formatos Word, PDF ou zipado.**

Todas as etapas do processo seletivo on-line deverão ser adequadamente cumpridas.

O prazo para a realização do processo seletivo on-line é de 2 (dois) dias corridos.

A critério da comissão julgadora, eventualmente, o candidato também poderá ser convidado para uma entrevista por web conferência.

Critérios para a avaliação da redação:

- Domínio da norma padrão da língua portuguesa;
- Compreensão da proposta de redação;
- Seleção e organização das informações;
- Demonstrar o conhecimento necessário da língua para a argumentação do texto.

Resultado do processo seletivo

- Será enviado um e-mail pela Secretaria de Pós-Graduação em até 20 dias corridos após a realização do processo seletivo on-line.
- O resultado da avaliação da redação é a nota do candidato no processo seletivo.
- Os candidatos com nota igual ou maior a 5 (cinco) serão convidados a realizar o processo de matrícula de imediato. Caso o candidato opte por não cumprir o prazo de 6 (seis) dias para a efetivação da matrícula, não haverá garantia de vaga em nova tentativa, uma vez que as vagas serão distribuídas por ordem de efetivação da matrícula.

Requisitos para a matrícula

- Aprovação no processo seletivo on-line. A matrícula deverá ser efetivada após o recebimento de e-mail com o resultado do processo seletivo e orientação, respeitando o prazo limite de 6 (seis) dias corridos.
- Caso o estudante não efetive sua matrícula no prazo de 6 (seis) dias, conforme item anterior, um novo candidato será chamado para realizar a matrícula.
- Para efetuar a matrícula, o estudante deve enviar por arquivo de imagem (JPEG), conforme orientações enviadas no e-mail de resultado a documentação abaixo:
 - Diploma de curso superior (carga horária mínima de 1600 horas)

Na ausência do diploma o aluno poderá entregar certificado, atestado ou declaração de conclusão de curso com a descrição da data de colação de grau, que será aceito **temporariamente**, ficando sob a responsabilidade do aluno a entrega posterior do referido diploma (original).

No caso de diplomas internacionais, é necessária sua tradução juramentada, consularização pelo Brasil no país de origem e revalidação, de acordo com a Resolução nº 8, de 4/10/07, do CNE (Conselho Nacional de Educação), disponível em <http://portal.mec.gov.br>

- Termo de compromisso do regulamento acadêmico e declaração de responsabilidade sobre a autenticidade dos documentados entregues digitalmente;
- RG e CPF;
- Histórico Original de Curso Superior
- Comprovante de endereço recente (água, luz, telefone ou fatura de cartão de crédito);
- 1 Foto 3x4 em formato JPEG, para utilização no cartão de acesso.

Cancelamento ou adiamento do curso

O curso poderá ser cancelado ou adiado por falta de quórum, com até 24 horas de antecedência da data prevista para seu início.

- Na hipótese de **cancelamento**, serão devolvidos, **AUTOMATICAMENTE**, 100% do valor pago, por meio de depósito em conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até 10 (dez) dias úteis, após indicação dos dados bancários.
- Na hipótese de **adiamento**, serão devolvidos, **MEDIANTE REQUERIMENTO EXPRESSO** do PARTICIPANTE endereçado ao e-mail processosposs@espm.br, 100% do valor pago, também por meio de depósito em conta bancária indicada por ele, em até 10 (dez) dias úteis, após indicação dos dados bancários.

A ESPM não se responsabiliza por quaisquer outros valores que eventualmente tenham sido despendidos pelo participante, seja a que título for, tais como

passagens aéreas ou rodoviárias, combustível, hospedagem etc., em virtude do cancelamento ou adiamento do curso.

Carga horária e duração

O **MBA em Marketing – EAD** possui carga horária de 540 horas, com duração aproximada de 4 semestres.

Início das aulas

As aulas por web conferência serão ministradas às **segundas e quartas**, a partir de **21/8/2017**, e estarão disponíveis para consulta no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

No dia **16/8/2017** será realizada a **aula inaugural** do curso, por **web conferência**, no horário das 19h30 às 21h00.

Investimento

Matrículas com desconto de 50% até 31/7/2017

Obs.: para ter direito a esse benefício, o candidato deverá realizar sua inscrição e ter participado do processo seletivo on-line até o dia **25/07/2017**.

Matrícula com desconto	Parcelado	
	Curso	Matrícula + curso
R\$ 349,00	11 parcelas de R\$ 1.352,05 + 1 R\$ 1.358,64	R\$ 16.580,19
	17 parcelas de R\$ 925,03 + 1 R\$ 941,63	R\$ 17.016,14
	26 parcelas de R\$ 641,40 + 1 R\$ 658,80	R\$ 17.684,20

Matrículas sem desconto

Matricula efetuada a partir de 26/7/2017 (sem desconto).

Matrícula sem desconto	Parcelado	
	Curso	Matrícula + curso
R\$ 698,00	11 parcelas de R\$ 1.352,05 + 1 R\$ 1.358,64	R\$ 16.929,19
	17 parcelas de R\$ 925,03 + 1 R\$ 941,63	R\$ 17.365,14
	26 parcelas de R\$ 641,40 + 1 R\$ 658,80	R\$ 18.033,20

Devido aos residuais decimais que há em cada parcela do curso, o último pagamento será superior aos demais para que se complete o valor total do investimento. O valor final do curso informado em cada plano de pagamento não será alterado. Em caso de dúvidas, por gentileza, entre em contato com a nossa Central de Relacionamento.

Verifique as condições especiais para o pagamento à vista e as possibilidade de desconto para ex-alunos que concluíram os respectivos cursos matriculados, na Central de Relacionamento pelo telefone (11) 4007-2375 ou e-mail: relacionamentoead@espm.br

O pagamento da primeira parcela (matrícula) deverá ser feito por meio de boleto bancário, que estará disponível no ato da matrícula.

As próximas parcelas também serão pagas por meio de boleto bancário, com vencimento dos parcelamentos/mensalidades para o dia 8 de cada mês (a partir de Outubro/17).

ESPM Carreiras

Trata-se de um serviço opcional que tem o propósito de fornecer ao aluno orientações e serviços fundamentais para que ele possa autogerir suas escolhas profissionais e pessoais baseado em autoconhecimento e autodesenvolvimento.

Palestras online de atualização e atendimento individual de orientação profissional, são alguns dos serviços dedicados, exclusivamente, aos alunos da ESPM pós-graduação em EAD.

Módulo Internacional

A ESPM desenvolve parcerias internacionais com instituições renomadas e acreditadas internacionalmente em suas áreas de atuação, com o objetivo de proporcionar aos estudantes experiências com profissionais da área, bem como visitas técnicas e culturais a empresas e instituições internacionais. É uma excelente oportunidade de aprendizagem e networking, adiante-se frente às oportunidades de estudar no exterior e internacionalize-se com a ESPM! As aulas ocorrem em tempo integral, por um período aproximado de 15 dias. Em Janeiro os programas serão com as seguintes instituições: [EADA \(Barcelona\)](#) e [IÉSEG \(Paris\)](#).

Para mais informações ou dúvidas consulte a nossa Central de Relacionamento.