

MATRIZ CURRICULAR

Gestão Estratégica de Marketing

Módulo 1: Design Thinking • Design Thinking – Conceitos • Design Thinking na construção da marca • Design Thinking: Compreensão do problema	30h
Módulo 2: Gestão da Criatividade e Inovação • Tipos de inovação • Criatividade e a ideia do negócio • Inovação e Gestão das Operações	30h
Módulo 3: Venda direta e marketing multinível • Administrando Marketing e Vendas • Marketing Multinível • Marketing Digital	30h
Módulo 4: Segmentação de mercado e posicionamento • Segmentação de mercado • Segmentação, Seleção e Posicionamento no varejo • Pesquisa de posicionamento de mercado	30h
Módulo 5: Comportamento do consumidor • Definindo o comportamento do consumidor, sua importância e implicações para o mercado • Fatores sociais que influenciam o comportamento do consumidor • Influências culturais sobre o comportamento do consumidor	30h
Módulo 6: Marca e identidade visual • Identidade da marca • Identidade visual e embalagem • Design da marca	30h
Módulo 7: Comunicação Empresarial e Relações Públicas • Comunicação e Relações Públicas • Planejamento de Comunicação e Relações Públicas	30h

• Comunicação Empresarial: Conceito, aplicação e importância	
Módulo 8: Estratégia de Marketing de Produtos • Estratégias de Marketing • Marketing de conteúdo • Plano de Marketing: Produtos e Serviços	30h
Módulo 9: Gestão de Vendas e Distribuição • O poder da negociação • Tendências em vendas • Venda pessoal e gestão de vendas	30h
Módulo 10: Branding • Branding • Branding sensorial • Branding sonoro	30h
Módulo 11: Marketing de Varejo e Serviços • Marketing de Serviços • Marketing de Serviços II • O papel do varejo	30h
Módulo 12: Trabalho de conclusão de curso	30h
Total do curso:	360h