

MATRIZ CURRICULAR PÓS-GRADUAÇÃO EM
GESTÃO COMERCIAL, NEGÓCIOS DIGITAIS E
INTELIGÊNCIA DE MERCADO

	DISCIPLINA	CH	EMENTA
1	Design Thinking nas Organizações	20	O Design Thinking e seu papel como diferencial competitivo na resolução de problemas. O usuário como elemento central no mercado de consumo para bens e serviços. O pensamento analítico e o pensamento intuitivo. A interdisciplinaridade do design no escopo da comunicação. Oferecer aos alunos, por conceitos e práticas, um conjunto de técnicas, processos e métodos de inovação, desde a criação e desenvolvimento de novos serviços até a construção de um modelo de negócios pautado pela criatividade e na melhor experiência do usuário. Preparar para o entendimento da complexidade na concepção de novos serviços e gestão de negócios inovadores.
2	Planejamento Estratégico	20	Conceitos básicos da administração e sua evolução, da organização de empresas e dos diversos tipos de organização. Fundamentos da administração: planejamento, organização, direção e controle. Ambiente das empresas. Missão e visão da empresa e seus objetivos e metas. Conhecimentos necessários sobre planejamento estratégico. Princípios e o sistema de marketing. Macro e microambiente de marketing. Conceito de vendas. Funções e atividades do gerente de vendas. Ética e legislação em vendas.
3	Negociação e Administração de Conflitos	20	Negociação: conceitos e tipologias. Etapas do processo de Negociação. Conflito: conceitos e tipos. Formas de gerir e mediar conflitos. Variáveis no processo de tomada de decisão. Principais aspectos teóricos e práticos relativos à estrutura e ao funcionamento dos grupos de trabalho nas organizações, tais como competição, coesão, conflitos nas relações grupais, negociação e tomada de decisão, comunicação interpessoal e intergrupal, motivação, criatividade e inovação, liderança e relações de poder, além de propiciar um espaço para o autoconhecimento e o desenvolvimento pessoal individual em grupo.
4	Business Design - Inovação em Modelos de Negócios	20	Administração, Importância, O caminho para a Autogestão, Empreendedorismo, Plano de Negócios, Tipos de Negócios, Como abrir um negócio? - Pontos Críticos, Inovação, Tipos de Inovação, Empresas Inovadoras. Estrutura e organização de uma unidade de negócios. Definição do mercado. Áreas funcionais de uma organização. Instrumentos e aplicativos para elaboração do PN. Elaboração do PN. MVP – Minimum Viable Product. Características do

			consultor empresarial. Diagnósticos empresariais. Empreendedorismo organizacional.
5	E-Commerce, Marketing de Busca e Marketplace	20	Mercado online, cenário do e-commerce brasileiro e como o SEO integra-se à jornada de compra dos e-consumidores; Estrutura Logística; Processos de BackOffice; Atendimento eficiente; Métricas comerciais; Mix e gestão de categorias; Precificação / estratégias comerciais; Planejamento / Campanhas, criação de conteúdo para lojas virtuais e como potencializar a aquisição de links; Funil de venda (canais/mídias de comunicação e conversão); Conteúdo / CRM; Modelos de mercado; Transformação, digitalização e novos negócios.
6	Big Data e Inteligência de Mercado	20	Conceitos de Big Data. O futuro dos dados digitais. Gerenciamento de dados nos sistemas. Alimentação do Big Data. Internet das Coisas e Big Data. Utilizando dados para a publicidade.
7	Estratégias de Distribuição Omnidigital e Trade Marketing	20	Operações do varejo 4.0, integração entre canais e tecnologias. Novos canais e formatos e a gestão integrada e estratégica do novo varejo 4.0, novas tecnologias aplicadas ao varejo online e as estratégias digitais. Desafios de um varejo multicanal e híbrido. Gestão multicanal, ferramentas e práticas para construir e fortalecer modelos mais omnichannel e integrados.
8	Neuromarketing, Comportamento do Consumidor e Técnicas de Vendas	20	Neurovendas: neurotransmissores e sistemas representacionais. Efeitos de ancoragem para vendas. Gatilhos mentais e funil de vendas. Redes sociais e técnicas de vendas e negociação. Comunicação não verbal e Rapport. Fator Uau! Das objeções ao fechamento de vendas. Pós-vendas.
9	Inteligência Competitiva e Gestão Comercial	20	Gestão de Marcas e e-Branding. Marketing Global e Novos Modelos de Negócios. Marketing Estratégico Digital. Inteligência Competitiva e Gestão de Incertezas. Marketing Promocional x Live Marketing. Estudos do Comportamento do Consumidor Digital: Gestão Estratégica da Inovação. Cocriação e Inovação Colaborativa.
10	Avaliação e Remuneração de Times Comerciais	20	Indicadores de desempenho ou performance para avaliação de um time comercial. Tipos de remuneração para um time comercial. Remuneração por desempenho ou performance. Gestão de times de vendas remotos. Custos fixos e variáveis de uma empresa. Gestão de tempo e estratégias de aumento de produtividade.
11	Gestão de Vendas	20	Definição da persona e mapa da empatia. H2H. Público alvo e PUV. Competências do bom vendedor. The Golden Circle; Tripé de vendas. Critérios do cliente. Funil de vendas x funil de marketing. Ferramenta de CRM. Estratégias de vendas. Planejamento estratégico de vendas. Ferramentas para diagnóstico e gestão de produtos. Metas e objetivos de vendas. Plano de ação. Ciclo de vendas: da geração de leads ao reconhecimento das oportunidades.
12	Growth Hacking Aplicado ao Processo de Vendas	20	Conceitos, papéis e métodos do Growth Hacking e suas aplicações para o crescimento rápido de um negócio. Mitos e verdades sobre Growth Hacker.

			Marketing orientado a experimentos para busca de soluções. Testagem de hipóteses e priorização. Gatilhos para o crescimento rápido. Estratégias para alcançar, manter e encantar os clientes. Potencialização das vendas e aumento das indicações. Utilização de equipes multifuncionais para a aplicação do Growth Hacking.
13	Inbound Marketing e Plataformas Digitais	20	Conceitos, estratégias, etapas, ferramentas e aplicações de Inbound Marketing para atrair e converter clientes por meio de conteúdos relevantes. Marketing de conteúdo, mecanismos de busca, blogs, SEO e redes sociais para melhoria do posicionamento nos resultados orgânicos dos buscadores e encontrabilidade do seu negócio.
14	Liderança de Times Comerciais e Alta Performance	20	Conceito de liderança. Liderança situacional. Líderes de alta performance. Desenvolvimento de times comerciais. Testes de perfil comportamental. Ferramenta para feedback. Motivação. Plano de carreira.
15	Logística Comercial	20	Indústria 4.0, convergência digital e sistemas inteligentes. Conceitos e aplicações da logística comercial para a fidelização de clientes. Logística comercial e gestão de negócios. Logística multichannel e omnichannel. Gerenciamento de estoque e gerenciamento de supply chain.
16	Power BI, CRM e Tomada de Decisão	20	Conceitos, processos e metas de um CRM (Customer Relationship Management). Elaboração de plano de CRM. Contatos, prospects, leads e clientes. Funil de vendas. Pipeline de vendas. Taxas de conversão e retenção. Ciclo de vendas. Relacionamentos B2C e B2B. Métricas digitais. Soluções em Inteligência de Negócios para decodificação de dados brutos em insights que fomentam a tomada de decisão.
17	Pricing Strategy e Políticas Comerciais	20	Conceitos e fundamentos da precificação. Organização e quantificação de custos para composição da precificação adequada de produtos e serviços oferecidos. Definição de metas de vendas. Análise de lucratividade de produtos e serviços. Margem de contribuição, margem de lucro, Markup e Ponto de Equilíbrio. Utilização de preços de forma estratégica para aumento da rentabilidade em um negócio. Conceitos e aplicações de políticas comerciais. Políticas de pagamento, desconto, controle de comissão, devolução e canais de atendimento.
18	Promoção e Divulgação de Negócios Digitais	20	Estratégias de promoção de produtos e serviços em ambientes digitais. Upselling, cross-selling e downselling. Gestão de acordos comerciais para produtos e serviços em e-commerce. Digital trade marketing e negócios digitais.