

MBA FUNPEC em Gestão Marketing, Vendas e Varejo 2017

A INSTITUIÇÃO PROMOTORA

Com sede na cidade de Ribeirão Preto, Estado de São Paulo, Brasil, a Fundação de Pesquisas Científicas de Ribeirão Preto – FUNPEC-RP, foi criada em 10 de março de 1983 pelo prof. Dr. Francisco Alberto de Moura Duarte, pesquisador da Universidade de São Paulo - USP.

A FUNPEC-RP é uma organização sem fins lucrativos que tem como principais objetivos apoiar e promover o desenvolvimento de ensino, pesquisa e prestação de serviços à comunidade. A FUNPEC-RP tem também o importante papel na produção e disseminação de conhecimento, contando com diversos projetos científicos, revistas internacionais e uma editora.

DURAÇÃO

O curso terá a duração de 470 horas de aulas e atividades didáticas.

Incluída nestas horas, tem-se 370 horas divididos em 19 disciplinas, contendo 20 horas. Cada uma das disciplinas é composta por aulas presenciais, estudo de caso, trabalhos e avaliação. A carga horária atribuída ao desenvolvimento do Trabalho de Conclusão do Curso é de 100 horas adicionais. O trabalho de conclusão pode refletir o desenvolvimento de algum processo administrativo sugerido pelos financiadores do curso.

CRONOGRAMA

Das 470 horas-aula, 370 horas-aula serão ministradas mensalmente em sala de aula e obedecerão ao seguinte horário sugerido:

- Cada disciplina de 20 horas-aula será ministrada com a seguinte estrutura*:
 - ✓ Sextas-feiras (6 horas): das 17:00h às 23:15h
 - ✓ Sábados (10 horas): das 08:00h às 19:00h;
 - ✓ 4 horas de atividades acadêmicas com acompanhamento (exercícios, leituras etc)

* Estrutura sugerida.

GRADE CURRICULAR

10	1	Integração	Fundamentos de Gestão para o Marketing
20	2	Gestão e Marketing	Fundamentos de Gestão para o Marketing
20	3	Gestão de pessoas	Fundamentos de Gestão para o Marketing
20	4	Planejamento estratégico e marketing	Marketing Estratégico
20	5	Comportamento do consumidor	Marketing Estratégico
20	6	Marketing, Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial	Marketing Estratégico
20	7	Pesquisa de Marketing	Posicionamento competitivo de marketing
20	8	Segmentação e seleção de mercados-alvo	Posicionamento competitivo de marketing
20	9	Criação de Brand Equity	Posicionamento competitivo de marketing
20	10	Gerenciamento de produtos	Gerenciamento do marketing mix
20	11	Gerenciamento de serviços	Gerenciamento do marketing mix
20	12	Gerenciamento de custos	Gerenciamento do marketing mix
20	13	Gerenciamento de preços e precificação estratégica	Gerenciamento do marketing mix
20	14	Gerenciamento de canais de distribuição e logística	Gerenciamento do marketing mix
20	15	Gerenciamento de comunicação	Gerenciamento do marketing mix
20	16	Gestão de Equipe de Vendas	Gestão de Vendas
20	17	Administração de vendas	Gestão de Vendas
20	18	Negociação em vendas	Gestão de Vendas
20	19	Gestão de varejo	Gestão de Vendas
370		Carga horária – Disciplinas	
100		Trabalho de Conclusão de Curso	
470		Carga horária total	