

SOBRE ESTA PROFISSÃO

Marketing tático: concepção, implementação e gestão do composto de marketing; entrega de valor e fidelização de clientes. Marketing administrativo.

CONTEÚDO

01 MÓDULO I - S.S. GESTÃO DE MARKETING - INTRODUÇÃO AO EAD – SEQ

Disciplina de Introdução ao Ensino à Distância.

02 MÓDULO I - S.S. GESTÃO DE MARKETING - EMPREENDEDORISMO SEQ

Disciplina que aborda os fundamentos do empreendedorismo, assim como as principais características do ser empreendedor.

03 MÓDULO I - S.S. GESTÃO DE MARKETING - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SEQ

Disciplina que aborda os conceitos sobre planejar estrategicamente, pensadores e a sua abrangência dentro e fora da empresa.

04 MÓDULO I - S.S. GESTÃO DE MARKETING - FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO SEQ

Disciplina que aborda as principais teorias que envolvem a ciência da administração

05 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL-SEQ

A administração financeira é um campo de estudo teórico e prático, que objetiva, essencialmente, assegurar um melhor e mais eficiente processo empresarial de captação e alocação de recursos de capital. Portanto, a contabilidade fornece as informações, a administração financeira busca os resultados práticos.

06 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - ANÁLISE DE MERCADO: TENDÊNCIA, COMPORTAMENTO E MOVIMENTO-SEQ

A análise de avaliação de mercado é um dos principais elementos de um plano de negócio, que pode evitar prejuízos drásticos no futuro. Atualmente, podemos afirmar que informação é poder. É uma ferramenta especialmente útil para a empresa que pretende lançar um produto e deseja validar a ideia baseando-se na adesão do público.

07 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - GESTÃO DA INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE-SEQ

A gestão de inovação é a estruturação de um processo concreto de inovação, com começo (entradas), meio (processamento) e fim (saídas e geração de resultados). Em suma, a gestão de inovação consiste em estabelecer meios e métodos para gerar valor, concretizando ideias.

08 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - GESTÃO DA QUALIDADE-SEQ

Fundamentos e conceitos sobre qualidade. Evolução do conceito. Principais representantes. Definições.

09 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - MARKETING DE SERVIÇOS E DO VAREJO-SEQ

Marketing de varejo é o conjunto de atividades realizadas para gerar interesse das pessoas e, conseqüentemente, converter em vendas.

10 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - ESTRATÉGIAS DE MARKETING-SEQ

Estratégia de marketing é uma abordagem de planejamento de longo prazo e prospectiva, com o objetivo fundamental de alcançar uma vantagem competitiva sustentável. Os estudiosos continuam a debater o significado preciso da estratégia de marketing. Conseqüentemente, a literatura oferece muitas definições diferentes.

11 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - MARKETING DE EVENTOS-SEQ

O marketing de eventos é o marketing experimental de uma marca, serviço ou produto por meio de experiências memoráveis ??ou eventos promocionais. Geralmente envolve interação direta com os representantes de uma marca.

12 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - MÉTRICAS DE MARKETING-SEQ

Métrica de marketing é um termo em inglês e um campo de estudo do marketing para medir e avaliar o desempenho das ações de marketing, compostas de propaganda, anúncios digitais, eventos, relacionamento com o cliente, vendas e outros.

13 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - NEGOCIAÇÃO COMERCIAL E NEGÓCIOS ELETRÔNICOS-SEQ

Como diagnosticar problemas. Transformar as informações e dados coletados em instrumentos para tomada de decisões. Metodologias para resolução de tomadas de decisões. Estilos de negociação de conflitos. Negociação como processo. Técnicas de negociação através da simulação e do estudo de casos. Estudo e compreensão das Técnicas de Negociação, da política de gestão comercial das empresas. Princípios e conceitos básicos do Sistema de Informação mercadológica. Conceitos básicos sobre E-commerce e e-Business. Terminologia específica de informação voltada ao varejo eletrônico. O comércio eletrônico. O mercado virtual. O impacto da internet sobre as estratégias de negócio.

14 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - PUBLICIDADE E PROPAGANDA-SEQ

publicidade é uma atividade profissional dedicada à difusão pública de empresas, produtos ou serviços. Pode ser qualificada como uma "propaganda comercial". É a divulgação de produtos, serviços, e ideias junto ao público, tendo, em vista, induzi-lo a uma atitude dinâmica favorável.

15 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - ESTUDOS AVANÇADOS DO MARKETING SUSTENTÁVEL-SEQ

E.A. de marketing sustentável é a adoção de práticas sustentáveis de negócio para criar melhores negócios, melhores relações e um mundo melhor. Essas ações giram em torno do tripé da sustentabilidade: reduzir, reutilizar e reciclar

16 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - FORMAÇÃO DE PREÇOS-SEQ

O processo de formação de preço nada mais é do que a análise realizada pelo empreendedor ao definir qual será o valor cobrado por determinado produto ou serviço oferecido por ele, levando em consideração alguns fatores, como custos, margem de lucro, despesas fixas e variáveis, dentre outros elementos.

17 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - MARKETING ELETRÔNICO E INTERNACIONAL-SEQ

Marketing Eletrônico ou ainda Marketing Digital é um processo que estabelece uma combinação dos recursos de "marketing tradicional" com ferramentas eletrônicas, ou seja, através de recursos via internet.

18 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - MARKETING PESSOAL E GESTÃO DE CARREIRA-SEQ

Marketing pessoal é um conjunto de técnicas e estratégias que buscam valorizar a sua marca individual, fazendo com que você ganhe destaque no seu setor de trabalho. Isto é, ele faz com que o profissional seja mais notado pelas pessoas e atinja seus objetivos de forma permanente.

19 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - TRADE MARKETING-SEQ

O trade marketing é uma parte importante na estratégia de marketing das organizações que planejam maximizar as vendas e a diferenciação dos seus produtos e serviços nos pontos-de-venda.

20 MÓDULO II - S.S. GESTÃO DE MARKETING - GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS-SEQ

Definição de recursos humanos; teoria das relações humanas.

+ VANTAGENS

Aulas 100% on-line

Você faz seu curso online em qualquer horário e em qualquer lugar.

Relatório de aproveitamento

Você tem acesso ao relatório de aproveitamento dos cursos contratados e pode acompanhar o seu rendimento direto no painel de controle.

Certificado válido em todo Brasil

O processo de certificação do curso é simples, dinâmico e com número de registro. O certificado pode ser consultado on-line, através do site www.vejameucertificado.com.br.

Acesso ao curso

Você tem um prazo de acesso flexível contratado a partir da ativação da chave, prazo equivalente ao número máximo de parcelas do curso.

Carga horária dos cursos

Os cursos possuem uma carga horária estimada que permite o aluno assistir os vídeos e materiais complementares, fazer os exercícios e demais atividades com tranquilidade. Todavia, em detrimento de eventual conhecimento prévio do assunto, o aluno poderá concluir em tempo inferior, normalmente em até 1/3 da carga horária prevista, mesmo assim, em seu certificado será registrado a carga horária prevista de cada curso.