



**MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO E CULTURA**  
**Universidade Federal Fluminense – UFF**  
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis  
**MBA EM MARKETING EMPRESARIAL**

---

## **EMENTAS – MBA EM MARKETING EMPRESARIAL**

**AMBIENTE DE MARKETING** – Fundamentos de marketing. Ambiente global. Administração e planejamento de marketing. Elementos principais de marketing. Introdução ao marketing nas empresas. Estudo de casos.

**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** – Processo comunicacional e os seus elementos. Comunicação verbal e não verbal. Comunicação organizacional. Comunicação interna, institucional e mercadológica. Os meios de comunicação nas organizações e meios de comunicação de massa. Imagem empresarial. Estilos de comunicação. Preparação de apresentações. Comunicação Empresarial e Ética. Estudo de casos.

**ANTROPOLOGIA DO CONSUMO** – A antropologia do consumo aplicada como ferramenta para compreender o universo do consumidor. Tendências socioculturais. Geração de subsídios para a construção de estratégias no marketing e na comunicação. Influenciadores do comportamento e do consumo. Processos de compra e pós-compra. Análise dos estágios de compra. Estudo de Casos.

**DATABASE MKT, SISTEMAS DE INFORMAÇÕES E PESQUISA DE MARKETING** – Os princípios básicos do marketing de relacionamento. Aplicações e programas de Marketing de relacionamento. Informações, banco de dados e CRM. Programas de fidelidade. Estratégias básicas de marketing de relacionamento. Planejamento de marketing de relacionamento. Programas de marketing de relacionamento: Implementação e gerenciamento. A prática da pesquisa de campo em marketing. Estudo de Caso.

**GLOBALIZAÇÃO, MARKETING INTERNACIONAL E CORPORATIVO** – O ambiente internacional. Características dos mercados na economia globalizada. O composto de marketing nos mercados internacionais. Estratégia de acesso ao mercado internacional. Seleção de mercados, entrada e formas de operação. Estratégias de produtos e de comunicação no mercado global. Estratégias de preços e competitividade internacional. Estudo de casos.

---

**Faculdades de Administração e Ciências Contábeis – UFF**

Rua Mário Santos Braga, 30 - 7º Andar - Sala 722 - Campus do Valonguinho - Centro - Niterói - RJ.  
Telefones: (21) 2629-9870 / 26299869 - Whatsapp: 98057-7888  
<http://mkt.sites.uff.br/selecao/> - E-mail [secmbauff@gmail.com](mailto:secmbauff@gmail.com)



**MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO E CULTURA**  
**Universidade Federal Fluminense – UFF**  
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis  
**MBA EM MARKETING EMPRESARIAL**

---

**MATEMÁTICA FINANCEIRA** – Juro e Capitalização Simples. Capitalização Composta. Desconto Simples. Série de Pagamentos. Sistema de Amortização. Método de Avaliação de Fluxo de Caixa. Classificação das Taxas de Juros. Taxa Média e Prazo Médio. Operações Financeiras Realizadas no Mercado. Financiamentos. Cálculo de valor presente para definição de preços de venda. Estudo de Casos.

**FINANÇAS CORPORATIVAS** – Finanças de curto prazo. Finanças de longo prazo. Análise de investimentos. Análise de ponto de equilíbrio. Alavancagem financeira. Estudo de casos.

**FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDAS** – Os aspectos de formação de preços em marketing. Custos. Composto de Marketing. Estrutura de preços de mercado. Formação de preço em função da natureza do produto ou serviço. A natureza dos custos de produção. Sistema de custeio por absorção. Sistema de Custeio direto ou variável. Custo ABC. Custo-alvo e custo Kaizen. Custo Padrão. Valor percebido pelo cliente. Estudo de casos.

**LOGÍSTICA E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO** – Funções da logística integrada. Estratégias: Supply Chain Management. Logística integrada à demanda. Avaliação de atendimento. Estudo de casos.

**COMUNICAÇÃO COM O MERCADO** – O conceito de comunicação de marketing. O desenvolvimento, criação e gestão de campanhas de incentivo. Campanhas de Incentivo de vendas, de integração, de mudanças de comportamento, entre outros. Promoções dirigidas a funcionários e canais de distribuição. Convenções de vendas e eventos de confraternização. O conhecimento e aplicabilidade da legislação específica de campanhas de incentivo, uma visão legal dos diversos pontos de vista da empresa. A criação e o desenvolvimento de materiais específicos para campanhas de incentivo. Estudo de Casos.

**GERÊNCIA DE PRODUTOS, MARCAS E DESENVOLVIMENTO DO MERCADO** – A Gerência de Marcas no contexto da organização de Marketing. Fundamentos do conceito de marcas. Histórico da utilização de marcas. O Marketing de experiência. A inovação em produtos. Etapas para lançamento de novos produtos. O ciclo de vida do produto. Estratégia para o ciclo de vida dos produtos. Análise do portfólio de produtos. Estudo de Casos.

**MARKETING DE SERVIÇOS E ENDOMARKETING** – Contexto e evolução dos serviços na economia. Base conceitual do Marketing de Serviços. Características e classificação dos serviços. Serviço como elemento do Marketing-Mix. Serviços com foco do cliente:

---

**Faculdades de Administração e Ciências Contábeis – UFF**

Rua Mário Santos Braga, 30 - 7º Andar - Sala 722 - Campus do Valonguinho - Centro - Niterói - RJ.

Telefones: (21) 2629-9870 / 26299869 - Whatsapp: 98057-7888

<http://mkt.sites.uff.br/selecao/> - E-mail [secmbauff@gmail.com](mailto:secmbauff@gmail.com)



**MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO E CULTURA**  
**Universidade Federal Fluminense – UFF**  
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis  
**MBA EM MARKETING EMPRESARIAL**

---

comportamento, expectativas e satisfação. Sistema de entrega de serviços. Qualidade em serviços. Comunicação Integrada em serviços. Relacionamentos com clientes, reclamações e recuperação em serviços. Endomarketing. Estudo de Casos.

**E-COMMERCE** – O Marketing na era eletrônica. Os conceitos básicos do marketing eletrônico. Varejo físico e varejo virtual. As etapas de planejamento para o marketing on-line. Produtos, serviços e loja e shopping virtual. Marketing estratégico e planejamento de comércio on-line. Implementação das estratégias de e-commerce. Relacionamento e mídias sociais. Estudo de Casos.

**GERÊNCIA DE VENDAS** – Composto de comunicação de marketing e vendas. Visão holística e estratégias de comunicação. Vendas e orientação para o mercado. Vendas, relacionamento e oferta de valor. Papeis de compra e comportamento do comprador. Administração de vendas. Estrutura, sistemas e estratégias. Funções de vendas. Tecnologia e sistemas de informação. Vendas e clientes compradores. Relacionamento e técnicas de negociação. Estudo de Casos.

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO** – Conceitos de organização e estratégia. Planejamento estratégico empresarial. Análise estratégica. Definição de visão, missão, negócio, cenarização, análise SWOT. Definição de objetivos, indicadores e metas. Modelo balanceado de métricas – BSC. Estudo de casos.

**SEMINÁRIO I** – Canvas. Modelagem de negócios. Workshop.

**SEMINÁRIO II** – Business Game – Workshop.

**SEMINÁRIO III** – Sociedade do Conhecimento; Modelos de Gestão do Conhecimento; Práticas de Gestão do Conhecimento; Comunidades de Prática; Modelos e Estratégias de Gestão da Inovação. Definições e fontes de inovação; estratégia, políticas, patentes e transferência de tecnologia; economia da inovação; práticas de gestão do conhecimento e inovação. Estudo de casos.

**METODOLOGIA DA PESQUISA – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO** – Características e planejamento de uma pesquisa científica; Características de artigos científicos. Preparo de artigos científicos para apresentação e publicação em revista indexada. Plano de Marketing.

---

**Faculdades de Administração e Ciências Contábeis – UFF**

Rua Mário Santos Braga, 30 - 7º Andar - Sala 722 - Campus do Valonguinho - Centro - Niterói - RJ.  
Telefones: (21) 2629-9870 / 26299869 - Whatsapp: 98057-7888  
<http://mkt.sites.uff.br/selecao/> - E-mail [secmbauff@gmail.com](mailto:secmbauff@gmail.com)