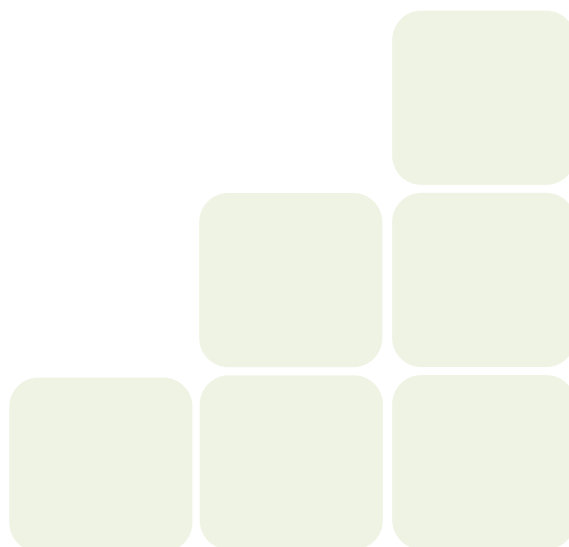




MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS PICOS



**PROJETO DO
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE MERCADO**



**Picos, PI
2017**

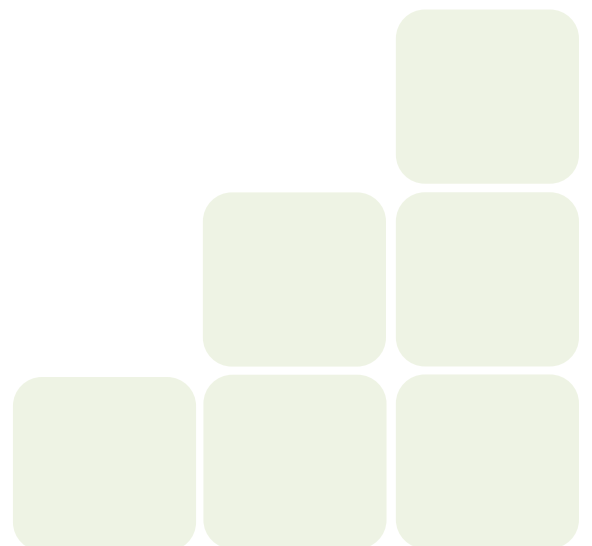
**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS PICOS**

Prof. Dr. Paulo Henrique Gomes de Lima
Reitor

Elisberto Luz
Diretor Geral do Campus Picos

José Ferreira Junior
Diretor de Ensino

Prof. Dr. Marcus Vinícius Dantas Linhares
Coordenador do Projeto



SUMÁRIO

1. IDENTIFICAÇÃO	04
2. CARACTERIZAÇÃO	05
3. JUSTIFICATIVA.....	06
4. OBJETIVOS E METAS	06
5. CORPO DOCENTE.....	07
6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	09
7. ADMISSÃO	12
8. VERIFICAÇÃO DE RENDIMENTO ESCOLAR.....	12
9. APROVEITAMENTO DE ESTUDOS.....	12
10. TRABALHO FINAL.....	13
11. REQUISITOS PARA OBTENÇÃO DO CERTIFICADO.....	13
12. RECURSOS FÍSICOS E MATERIAIS DISPONÍVEIS E NECESSÁRIOS	13

1. IDENTIFICAÇÃO

- 1.1 NOME DO CURSO:** MBA em Gestão Estratégica de Mercado
Grande Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas
Área do Conhecimento: Administração
- 1.2 CATEGORIA:** Especialização
- 1.3 ASPECTO FINANCEIRO:** Gratuito
- 1.4 LOCAL DE REALIZAÇÃO:** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI /
Campus Picos
- 1.5 NATUREZA:** Pesquisa
- 1.6 UNIDADE RESPONSÁVEL:** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí –
IFPI/ *Campus Picos*
- 1.7 COORDENADOR:** Prof. Dr. Marcus Vinícius Dantas Linhares
Administrador, MBA em Gestão Empresarial, Mestre em Ciências da Educação e Doutor em
Biotecnologia Industrial – (86) 99971.8324

2. CARACTERIZAÇÃO

- 2.1 PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** O Curso de Especialização em Gestão Estratégica de Mercado terá duração máxima de 18 meses. A partir do término desse prazo, haverá acréscimo de mais sessenta dias correspondente à entrega do trabalho científico de conclusão do curso. O início do curso está condicionado à resolução a ser aprovada no Conselho Superior do IFPI – CONSUP.
- 2.2 CARGA HORÁRIA:** 420h/a
- 2.2.1 CARGA HORÁRIA MENSAL:** 30h/aulas (trinta horas aula).
- 2.2.2 DIAS DE FUNCIONAMENTO:** Durante a semana ou aos finais de semana.
- 2.2.3 HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO:** de Segunda a Sexta: de 14h às 18h ou Sábado Letivos de 8h às 12h.
- 2.2.4 DURAÇÃO:** 18 meses
- 2.3 TIPO:** destinado Pesquisa
- 2.4 MODALIDADE:** Modular
- 2.5 NÚMERO DE VAGAS E SUA DISTRIBUIÇÃO:** Serão ofertadas 25 (vinte e cinco) vagas.
- 2.6 CLIENTELA-ALVO:** aos graduados em Administração, Ciências Contábeis, Economia, Turismo, Ciências da Computação e profissionais graduados em quaisquer áreas, e que possam ter interesse de atuação em áreas afins aos condicionamentos de tendências de mercado.

3. JUSTIFICATIVA

No interesse de manter uma perspectiva de futuro, o **IFPI / CAMPUS PICOS** se propõe a ser uma Instituição de prestação de serviços educacionais de excelência, diligente no cumprimento de seu compromisso e respeito à valorização do ser humano, atuando de forma socialmente responsável fomentando o desenvolvimento do estado do Piauí.

Obedecendo a Missão da Instituição, e a partir de sua competência de possibilitar a formação de profissionais competentes e capazes de atuar de forma crítica e responsável numa sociedade pós-moderna à luz de valores éticos, respeito mútuo e autonomia e visando fortalecer sua atuação no campo do ensino, tem como instrumento de difusão do conhecimento a um nível mais elevado, os cursos de Pós-Graduação.

Conforme o Plano de Desenvolvimento Institucional do **IFPI / CAMPUS PICOS**, este campus propõe envolver a comunidade e, de modo particular os graduados nas áreas afins à conjuntura dos negócios à construção e aprimoramento dos princípios norteadores de mercado, desde sua estrutura financeira até seu enfoque no comportamental, suas necessidades e tendências por meio do curso de Pós-Graduação em Planejamento Estratégico de Mercado.

4. OBJETIVOS E METAS:

4.1 GERAL:

O curso visa capacitar profissionais de nível superior para a aplicabilidade dos conhecimentos, teorias e instrumentos do Mercado a partir das suas congruências com os processos e análises estratégicas e criar uma visão multidisciplinar Administração/planejamento para que haja uma compreensão da necessidade de uma visão comum nas atividades profissionais dos executivos ou dos que pretendem exercer essa função.

4.2 ESPECÍFICOS:

- Proporcionar o estudo dos aspectos norteadores do Mercado, sua filosofia, seus conceitos e seu relacionamento com o comportamento estratégico;
- Qualificar profissionais capazes de realizar diagnósticos de mercado, suas demandas, elasticidade, concorrência, custos, investimentos, precificação, etc.;
- Difundir as técnicas de modelagem de negócios, como parâmetro estratégica de oportunidades de mercado;
- Desenvolver no profissional, aspectos éticos;
- E fomentar a busca constante pelo conhecimento, a partir de pesquisas e desenvolvimento para a didática.

5. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O curso de Pós-Graduação MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE MERCADO será composto por 14 (catorze) disciplinas obrigatórias, totalizando 420 (quatrocentos e vinte) horas/aula. As disciplinas serão ministradas de segunda à sexta de 14h às 18h ou aos sábados no horário de 08h às 12h e de 14h às 18h e domingos de 08h às 12h, sendo que eventualmente poderão ocorrer aulas nas sextas a noite. As datas das disciplinas deverão ser previamente definidas estabelecendo-se assim um calendário para o curso.

6.1. Matriz Curricular

MÓDULOS	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
MÓDULO I Núcleo de Diagnóstico e Conhecimentos Preliminares.	Metodologia Científica	30
	Mercadologia	30
	Inovação em Processos Administrativos	30
	Conceitos e Código de Ética	30
	Técnicas de Negociação	30
CARGA HORÁRIA DO MÓDULO – 150h		
MÓDULO II Núcleo de Planejamento Estratégico e Gestão Mercadológica Avançada	Direito do Consumidor	30
	Planejamento Estratégico para o Mercado	30
	Finanças Aplicadas	30
	Análise do Comportamento do Consumidor	30
	Comunicação Empresarial (Externa e Interna)	30
CARGA HORÁRIA DO MÓDULO – 150h		
MÓDULO III Práticas pedagógicas para o ensino e Pesquisa	Distribuição – Logística Externa	30
	Empreendedorismo e Modelagem de Negócios	30
	Plano de Marketing	30
	Didática do Ensino Superior	30
	Orientação do Artigo	-
CARGA HORÁRIA DO MÓDULO – 120		
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO – 420h		

6.2. Ementário das disciplinas

1- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Filosofia clássica dos estrategistas (Drucker, Prahalad, Porter). SWOT. Forças de Porter. Oceano Azul.

2- MERCADOLOGIA

Princípios formadores do Marketing. Análise dos ambientes e cenários externos. Brand Equity e análise de marcas. Estratégias de Segmentação, Diferenciação e Posicionamento.

3- FINANÇAS APLICADA

Cenários macroeconômicos. Índices para análise e compreensão de balanços e P&L para avaliação de um Plano de Marketing. Lucratividade, rentabilidade, Ponto de Equilíbrio e viabilidade de mercados.

4- ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Visão das transformações sociais que influenciaram no consumo. Atitudes presentes do comportamento dos consumidores e a compreensão dessas mudanças para servir como elemento na construção de lançamentos ou recuperação de produtos e serviços. Estudo e definição de Tendências.

5- DIREITO DO CONSUMIDOR

Análise do Código do Consumidor. Relação entre análise de mercado e enquadramento no Código Tributário. Influências dos tributos no desenvolvimento de produtos e serviços.

6- PROCESSOS ADMINISTRATIVOS - TÉCNICAS GERENCIAIS

Modernização internas de gerência. Administração por processos facilitadores das decisões. Meios de descentralização do poder e das decisões.

7- COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL INTERNA E EXTERNA

Maneiras corretas de gerar comunicação escrita. Resumo de reuniões. Posicionamento para uma comunicação oral. Construção de relatórios. Maneiras de gerar "briefings" para Agências de publicidade.

8- ANÁLISE PARA CONSTRUÇÃO DE PLANO DE MARKETING

Compreensão de oportunidades oferecidas pelo mercado. Criação de oportunidades para lançamento ou recuperação de produtos ou serviços. Elaboração e construção de Plano de Marketing.

9- DISTRIBUIÇÃO - LOGÍSTICA EXTERNA

Criação de rede de vendas. Gerenciamento da rede de vendas (a partir dos aspectos de marketing). Deslocamento dos bens produzidos ou negociados. Remuneração, treinamento e avaliação de equipes de vendas - Marketing Operacional. Estudo e definição de canais.

10- CONCEITOS E CÓDIGOS DE ÉTICA

Conhecimento da teoria ética e suas aplicações na administração. Comportamento ético interno nas empresas e externo. Código de ética na publicidade e para o mercado.

11- EMPREENDEODRISMO E MODELAGEM DE NEGÓCIOS

Pesquisa de mercado. Conhecimento de tendências e oportunidades. Difusão das habilidades empreendedoras. Relação de efetividade e oferta de valor. Aplicação de técnicas de modelagem de negócios.

12- TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO

Conceitos de como compreender e negociar internamente com processos de desenvolvimento gerencial, atividades e dinâmicas de negociação, condução de negociações comerciais. Métodos de compreensão, divergência e acordo.

13- DIDÁTICA DO ENSINO SUPERIOR

Técnicas didáticas e pedagógicas aplicadas às metodologias de ensino. Compreensão funcional do Ensino, Pesquisa e Extensão. Apresentação e relação do ensino-aprendizagem com novas tecnologias. Normatização do Ensino Superior.

7. ADMISSÃO

O processo de seleção será realizado através da análise do currículo dos inscritos portadores de Graduação Plena, sendo necessários para a efetivação da matrícula os seguintes documentos: 02 fotos 3x4, cópia autenticada do diploma e do histórico do curso de Graduação, *Curriculum Vitae* (documentado), cópias da carteira de identidade, do título de eleitor, comprovante de renda e comprovante de residência.

O curso de **Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Mercado**, com carga horária de 420 horas/aula será oferecido em sistema presencial de forma intensiva e funcionará na cidade de Picos – PI, de segunda à sexta de 14h às 18h ou aos sábados letivos de 8h às 12h, cumprindo semanalmente a carga horária de 30 (trinta) horas/aula de atividades. Sendo que eventualmente poderão ocorrer aulas nas sextas à noite. As datas das disciplinas deverão ser previamente definidas estabelecendo-se assim um calendário para o curso.

8. VERIFICAÇÃO DO RENDIMENTO ESCOLAR:

Como instrumento regulador e criador dos parâmetros educacionais do Curso de Especialização em Meio Ambiente no Ensino de Ciências, o desempenho do aluno será aferido através de provas, seminários, relatórios, artigos e projetos sob a observação direta do(s) professor(es) da disciplina.

A avaliação final do aproveitamento do aluno em cada disciplina será expressa através da escala que varia de 0 a 10 (zero a dez).

Será considerado aprovado o aluno que tiver, em cada disciplina, nota igual ou superior a 07 (sete) e frequência igual ou superior a 85% (oitenta e cinco por cento) da carga horária prevista.

9. APROVEITAMENTO DE ESTUDOS

Será permitido o aproveitamento de estudos de disciplina(s) realizada(s) em Curso de Pós-Graduação nesta ou em outra(s) IES, desde que não ultrapasse 30% (trinta por cento) do total de horas do Curso. O aproveitamento de estudos somente poderá ser feito quando as disciplinas tiverem sido cursadas nos últimos 05 (cinco) anos.

A equivalência será feita pelo professor ministrante da disciplina no Curso e homologada pelo Coordenador considerando o estabelecido na Resolução Nº 009/2010 – CONSUP/IFPI.

10. TRABALHO FINAL

Para a conclusão do curso o aluno deverá encontrar-se em dia com a questão didática, e apresentar um Artigo Científico, aprovado pelo professor orientador e banca examinadora composta por outros dois membros, também professores.

Somente com aprovação da banca o aluno encontrar-se-á apto a receber o certificado de conclusão, que será emitido atendendo os termos da Resolução Nº 009/2010 – CONSUP/IFPI.

11. REQUISITOS PARA OBTENÇÃO DO CERTIFICADO

Após a conclusão do curso de Especialização em Gestão Estratégica de Mercado, tendo sido aprovado em todas as disciplinas, bem como no trabalho final, o aluno receberá do IFPI / Campus Picos o Certificado de Conclusão de Curso, atendendo a Resolução Nº 009/2010 – CONSUP/IFPI.

12. RECURSOS FÍSICOS E MATERIAIS DISPONÍVEIS E NECESSÁRIOS À REALIZAÇÃO DO CURSO

12.1 Instalações Físicas:

12.1.1 Sala de Aula no *Campus Picos* do Instituto Federal do Piauí

12.1.2 Auditório do *Campus Picos* do Instituto Federal do Piauí

12.2 **Biblioteca:** Biblioteca do *Campus Picos* do Instituto Federal do Piauí

12.3 **Reprografia:** a cargo dos professores e/ou alunos.