

Agromarketing e Inteligência Comercial

Se você busca se destacar no dinâmico mundo do agronegócio, este curso é a chave para abrir novas portas! A Pós-Graduação em Agromarketing e Inteligência Comercial foi projetada para capacitar você a desenvolver e aplicar estratégias de marketing e inteligência de mercado específicas para o setor agrícola.

Ao longo do curso, você aprenderá a:

- * Analisar o comportamento do consumidor: Entenda as necessidades e desejos dos seus clientes para criar campanhas mais eficazes.
- * Gerenciar marcas de forma estratégica: Fortaleça a identidade da sua marca e conquiste a confiança do mercado.
- * Implementar técnicas de precificação e promoção: Maximize os resultados das suas vendas com estratégias adaptadas ao agronegócio.
- * Explorar o marketing digital: Domine as ferramentas digitais e amplifique sua presença online, atraindo mais clientes.
- * Valorizar a experiência do cliente: Aprenda a criar experiências memoráveis que fidelizem seus consumidores.

Além disso, você será preparado para identificar desafios e oportunidades no setor, utilizando metodologias inovadoras e tecnologias de ponta para desenvolver soluções eficazes. O nosso objetivo é formar profissionais que não apenas entendam o agronegócio, mas que também sejam capazes de impulsionar a competitividade e a inovação nas empresas do setor.

Junte-se a nós e transforme sua carreira! Público-Alvo O curso destina-se a profissionais e graduados de diversas áreas, incluindo marketing, administração, agronomia e ciências sociais, que desejam se especializar em Agromarketing e Inteligência Comercial. É ideal para aqueles que buscam aprofundar seus conhecimentos em gestão de marcas, comportamento do consumidor e estratégias de vendas, assim como para empreendedores do setor agrícola que desejam otimizar suas práticas de marketing e vendas. O público-alvo inclui também gestores e profissionais que atuam em empresas do agronegócio, interessados em inovar e se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.

Campus:

Toledo

Periodicidade:

Semanal

Modalidade:

EAD

Mensalidade:

R\$ 467.00

Formato:

Aula Online ao Vivo

Inscrição:

[Clique aqui](#)

Duração:

10 meses

Disciplinas

Fundamentos de Agromarketing

Exploração dos princípios básicos do marketing aplicados ao agronegócio. Abordagem sobre o ciclo de vida dos produtos agrícolas, segmentação de mercado, e diferenciação. Análise das particularidades do setor agro e a importância do marketing.

Comportamento do Consumidor Agro

Estudo das motivações, preferências e comportamentos dos consumidores de produtos e serviços agrícolas. Discussão sobre fatores socioculturais, econômicos e psicológicos que influenciam as decisões de compra e a construção de uma persona no agronegócio.

Gestão de Marca e Branding no Setor Agrícola

Abordagem sobre a construção e gestão de marcas no setor agrícola. Análise de cases de sucesso e ferramentas para posicionamento de marca, identidade visual e fidelização do consumidor, além de estratégias para o branding sustentável.

Estratégias de Preço e Promoção no Agronegócio

Estudo das estratégias de precificação para produtos e serviços agrícolas, considerando custos, demanda e concorrência. Exploração de campanhas promocionais eficazes e canais de distribuição apropriados para o agronegócio.

Marketing Digital e E-commerce Agro

Introdução às ferramentas de marketing digital e suas aplicações no agronegócio. Discussão sobre criação de sites, SEO, redes sociais e estratégias de e-commerce para maximizar vendas e engajamento do consumidor.

CX: Customer Experience no Agronegócio

Estudo de técnicas de pesquisa de mercado e coleta de dados específicos para o setor agro, com ênfase na experiência do cliente. Abordagem de métodos de análise de dados quantitativos e qualitativos, incluindo a interpretação dos resultados para aprimorar a compreensão das necessidades e expectativas dos consumidores. Discussão sobre como aplicar essas informações em estratégias de marketing, visando melhorar a experiência do cliente e aumentar a fidelização no setor agro.

Comunicação e Relações Públicas no Agronegócio

Estudo das melhores práticas de comunicação e gestão de crises no setor agro. Abordagem sobre construção de relacionamentos com stakeholders, incluindo consumidores, fornecedores e comunidade.

Inovação e Tecnologia no Agronegócio

Exame das inovações tecnológicas e seu impacto no marketing agropecuário. Discussão sobre a integração de novas tecnologias, como IoT e Big Data, nas estratégias de marketing e na melhoria de processos.

Eventos no Agronegócio e Sua Importância Comercial

Estudo da importância dos eventos (feiras, congressos, dias de campo, workshops) no setor. Análise de como eventos podem ser utilizados como ferramentas de marketing e networking. Abordagem sobre a organização, promoção e

execução de eventos, bem como a avaliação de resultados e retorno sobre investimento. Discussão de cases de eventos de sucesso no agronegócio e suas estratégias de engajamento.

Desafio de Aplicação I

A disciplina guiará os estudantes na identificação de problemas ou oportunidades no setor, na formulação de planos e projetos. Os alunos trabalharão em equipe, promovendo a colaboração e a troca de ideias. Ao final, apresentarão suas propostas, contribuindo para a inovação e a solução de desafios das empresas do agronegócio.

Análise de Dados e Inteligência de Mercado para Tomada de Decisão

Introdução aos conceitos de inteligência de mercado e sua aplicação no agronegócio. Abordagem sobre métodos de coleta e análise de dados para entender tendências de mercado. Estudo das técnicas de segmentação de clientes, incluindo segmentação demográfica, psicográfica e comportamental. Desenvolvimento de perfis de consumidores e identificação de nichos de mercado. Aplicação de ferramentas de inteligência competitiva para formular estratégias de marketing direcionadas.

Mercado Competitivo no Agronegócio

Exploração das dinâmicas de mercado no agronegócio, incluindo análise de concorrência e tendências. Estudo de fatores que influenciam a competitividade, como inovações tecnológicas, políticas agrícolas e comportamento do consumidor. Discussão de casos práticos que ilustram estratégias de sucesso e a importância de uma abordagem proativa para identificar oportunidades e ameaças no mercado.

Planejamento e Gestão de Vendas

Desenvolvimento de estratégias eficazes de planejamento de vendas no setor agro. Análise das etapas do ciclo de vendas, desde a prospecção até o fechamento. Abordagem sobre a importância de metas claras, acompanhamento de desempenho e ajustes de estratégias. Utilização de ferramentas e métricas para otimizar o processo de vendas e garantir um alinhamento entre a equipe e os objetivos organizacionais.

Vendas Consultivas

Introdução ao conceito de vendas consultivas e sua aplicação no agronegócio. Desenvolvimento de habilidades para identificar necessidades dos clientes e oferecer soluções personalizadas. Abordagem sobre construção de relacionamentos de longo prazo, escuta ativa e técnicas de negociação. Estudo de casos de sucesso em vendas consultivas e como aplicar esses princípios em diferentes contextos do agronegócio.

Benchmarking Competitivo

Estudo do benchmarking como ferramenta de melhoria contínua e inovação no agronegócio. Análise de práticas e resultados de empresas líderes do setor. Discussão sobre identificação de métricas-chave para comparação, avaliação de concorrentes e implementação de melhores práticas. Desenvolvimento de um plano de ação para aplicar os insights obtidos e aprimorar a competitividade da organização.

Gestão de Relacionamento com Clientes (CRM)

Análise da importância do gerenciamento do relacionamento com clientes (CRM) no setor agro. Estudo das melhores práticas para captar, reter e fidelizar clientes. Abordagem de ferramentas e tecnologias de CRM, e como utilizá-las para segmentar a base de clientes e personalizar interações. Discussão sobre a construção de experiências positivas que agreguem valor ao cliente e promovam a lealdade à marca.

Inovação e Transformação em Vendas e Negociação

Análise das práticas contemporâneas de vendas e negociação, focando em inovações que estão redefinindo o setor. Estudo de novas abordagens, como vendas consultivas, técnicas de storytelling e personalização da experiência do cliente. Exploração de ferramentas digitais que facilitam o processo de vendas e ajudam a construir relacionamentos mais eficazes. Discussão de casos de sucesso que demonstram como a adaptação a novas estratégias pode impulsionar resultados e aumentar a competitividade no mercado. Os alunos participarão de simulações e role-playing para aplicar conceitos em situações reais.

Desafio de Aplicação II

A disciplina guiará os estudantes na identificação de problemas ou oportunidades no setor, na formulação de planos e projetos. Os alunos trabalharão em equipe, promovendo a colaboração e a troca de ideias. Ao final, apresentarão suas propostas, contribuindo para a inovação e a solução de desafios das empresas do agronegócio.

Ética

Analisar os problemas éticos atuais, privilegiando controvérsias relacionadas às atividades profissionais. Ao final, os alunos serão capazes de tomar decisões responsáveis e sustentáveis, de acordo com princípios éticos.