

Gestão de Vendas e Marketing 5.0

O curso prepara: a) os profissionais da área de vendas para abordar da melhor forma seu prospect, tendo subsídios para identificar os benefícios da solução oferecida, a realidade do segmento, e as necessidades de cada cliente e concorrentes; b) O profissional da área de compras demonstrando as áreas de gestão de suprimentos, compras e armazenamento para empresas que possuem um processo de compras definido e estruturado. Entender as solicitações internas de compras diretas e indiretas com o objetivo da redução de custos para a organização. Desta forma, proporciona um conhecimento abrangente sobre os temas relacionados à prática de vendas, compras, aprimorando as competências gerenciais e operacionais dos estudantes. Público-Alvo Profissionais envolvidos com a comercialização e compras de bens e serviços, que desejam desenvolver e ampliar habilidades como negociação, gestão e liderança, atualizando seu conhecimento de maneira alinhada com as práticas de mercado.

PROFESSORES INSPIRADORES:

http://lattes.cnpq.br/7179521268709996 Janaína Gabrielle Amarante	Gestão de estoques
http://lattes.cnpq.br/6738810783184631 Stephanie Kalynka Rocha Silveira	Pricing
http://lattes.cnpq.br/0612180176689243 Alexandre Luís Götz Weiler	Consultoria de Vendas
http://lattes.cnpq.br/7693657600133824 Luana Kava	Marketplace: Estratégias Avançadas de Vendas
http://lattes.cnpq.br/9711962744007412 Célia Regina Dias Von Linsingen	Estratégia de Vendas no Marketing Digital
http://lattes.cnpq.br/0612180176689243 Alexandre Luís Götz Weiler	Data Science em Vendas
http://lattes.cnpq.br/7541673789095348 Tatiane Ketlyn Roncovsky Weiler	Marketing Digital e E-commerce
http://lattes.cnpq.br/4194809926488901 Bruno César Silva	Business Intelligence
http://lattes.cnpq.br/0612180176689243 Alexandre Luís Götz Weiler	Oratória e estratégias de comunicação nos negócios
http://lattes.cnpq.br/0104818848520223 Rosane Bonessi Dias	Liderança positiva e skills para uma gestão inovadora
http://lattes.cnpq.br/6547910098220243 Renata Alves Mourão	Metodologias ágeis
http://lattes.cnpq.br/9711962744007412 Célia Regina Dias Von Linsingen	Marketing na Experiência do Cliente
http://lattes.cnpq.br/9711962744007412 Célia Regina Dias Von Linsingen	Alta Performance em Vendas
http://lattes.cnpq.br/7179521268709996 Janaína Gabrielle Amarante	Gestão de suprimentos, compras e armazenagem

Campus:

Curitiba

Modalidade:

EAD

Formato:

EAD

Duracao:

E-mail:

pos.escoladenegocios@pucpr.br

Telefone:

4132712131

www.pucpr.br

11 meses

Periodicidade:

Semanal

Mensalidade:

R\$ 298.00

Inscricao:

[Clique aqui](#)

Disciplinas

Ética

Ementa

Identificação dos pressupostos éticos e morais e dos principais paradigmas éticos, bem como os desafios e os problemas da sociedade contemporânea e sua relação com a prática profissional.

Objetivo

Refletir sobre as causas e consequências da chamada “crise ética” no mundo contemporâneo. Analisar a problematização em torno dos termos ética e moral.

Apresentar os principais modelos éticos.

Refletir sobre as questões ligadas a coerção e a consciência moral.

Compreender os desafios da responsabilidade social e ambiental como um problema ético.

Refletir sobre os principais desafios éticos das instituições e dos profissionais que nelas atuam.

Conteúdo

O que falamos quando falamos de Ética?

Moralidade Líquida: que lições tirar do Anel de Giges?

Ética da Virtude: qual é a vida que vale a pena?

Ética do Dever: em que casos é possível mentir?

Ética Utilitária: quem você salvaria em um incêndio?

Ética da Responsabilidade: a humanidade ainda continuará existindo?

Oratória e estratégias de comunicação nos negócios

A habilidade de comunicar-se bem é hoje uma das competências mais valorizadas no mercado. Aqueles que dominam esta arte podem ser mais efetivos em vender suas ideias, em estabelecer melhores relações e em engajar e motivar pessoas.

Entender mais sobre oratória, essa arte de expressar-se bem, no contexto dos dias atuais, é fundamental. Hoje, oradores somos todos nós que temos algo a comunicar por mais simples que seja a mensagem e por menor que seja nosso público. Oratória deixou de ser algo restrito ou interessante somente para aqueles que precisam falar para grandes plateias, mas passou a ser um aprendizado relevante para a vida, principalmente em nossos tempos modernos em que a abrangência da nossa comunicação pode tomar proporções continentais da noite para o dia e em que a cobrança por formas mais modernas, mais rápidas e mais assertivas de comunicação é cada vez mais crescente.

Nesta disciplina, visitaremos este universo da oratória não somente trazendo técnicas ou ferramentas para melhorarmos nossa comunicação, mas refletindo sobre o que nos dias atuais é ter uma oratória diferenciada, uma que gere conexões genuínas com nossos interlocutores e que nos permita explorar toda a nossa potência enquanto comunicadores e enquanto indivíduos singulares.

Liderança positiva e skills para uma gestão inovadora

A Liderança Positiva é um conjunto de estratégias e ferramentas que possibilitam as lideranças criarem ambientes positivos no trabalho, aproveitando os pontos fortes de cada integrante de uma equipe, ao invés de concentrar-se sobre os pontos fracos. Trata-se de uma abordagem que permite desenvolver relações de apoio mútuo em todos os níveis da organização, de modo a criar um senso profundo de propósito compartilhado. O desafio do líder é ajudar a criar o novo e mobilizar as pessoas para a realização das mudanças necessárias. Um conjunto de soft skills para a inovação serão abordadas na disciplina, de modo a estimular o desenvolvimento de pessoas resilientes, confiantes e otimistas, que irão superar àquelas medrosas e pessimistas, com dificuldade de inovar.

Metodologias ágeis

A disciplina apresenta metodologias ágeis explorando conceitos aplicáveis para obtenção de resultados que agreguem real valor aos clientes e organizações. A disciplina proporcionará ao estudante conhecimento para avaliar os melhores modelos aplicáveis à sua própria organização ou gestão de projetos.

Marketing na Experiência do Cliente

A disciplina de Marketing na Experiência do Cliente busca apresentar, explorar e compreender os principais conceitos de marketing e comportamento do consumidor para demonstrar sua importância fundamental em todos os processos de venda.

Alta Performance em Vendas

Nesta disciplina serão abordados conteúdos relacionados ao planejamento de vendas (previsão de vendas, segmentação de mercado, estrutura força de vendas, desenvolvimento força de vendas, funil de vendas, customer success e pós venda) e Análise de resultados (Análise de desempenho e Controle e orçamento de vendas).

Gestão de suprimentos, compras e armazenagem

Gestão de Suprimentos, Compras e Armazenagem é uma disciplina que se inclina para o desenvolvimento do estudante no que concerne à capacidade de avaliar estrategicamente a gestão adequada de todos os elos de suprimentos da cadeia logística.

Esta disciplina foi estruturada com base em experiências mercadológicas, conhecimento acadêmico e os principais materiais que norteiam o tema na atualidade. Pretende-se realizar a relação dos aspectos conceituais e teóricos com a aplicabilidade prática no ambiente empresarial.

Gestão de estoques

A disciplina apresenta modelos decisórios em gestão de estoques para as organizações, logística como cadeia de suprimentos, gestão de compras, classificação e codificação de materiais, manuseio, armazenagem, distribuição, análise das condições de compras e indicadores de desempenho da gestão de estoques.

Pricing

A disciplina de Pricing busca compreender, explorar e analisar conceitos de preços e custos, bem como modelos utilizados para elaboração de preços das organizações estabelecendo uma relação entre preço, custo e tributação que tem um impacto grande nas formações do preço. Inclui também atividades que exploram as técnicas de preços e ajustes destes com técnicas que podem ser aplicadas no ambiente organizacional.

Consultoria de Vendas

A disciplina de Consultoria de Vendas busca compreender, explorar e analisar conceitos de consultoria organizacional, bem como práticas de gestão da inovação em ações de vendas, estabelecendo estratégias para alavancar os

resultados das empresas. Enfoca a importância de se ter uma visão de negócio abrangente, considerando as prioridades dos gestores, atendimento das necessidades de clientes, integração das ações dos colaboradores em um macro e microambiente. Inclui também atividades que exploram a realidade de grandes empresas e aprofundam o conhecimento e a prática de gestão da inovação no ambiente organizacional.

Marketplace: Estratégias Avançadas de Vendas

A disciplina apresenta o Marketplace que é uma ferramenta utilizada por vendedores e compradores em operações virtuais, nas quais os vendedores realizam ofertas de produtos e, ou serviços a um público de compradores. Será apresentado as estratégias de vendas utilizando as ferramentas.

Estratégia de Vendas no Marketing Digital

A disciplina apresenta de forma conceitual e muito prática, os principais meios de atração e nutrição de leads até a conversão em venda e posterior fidelização dos clientes. As principais práticas adotadas no marketing digital serão exploradas, discutidas para que as metodologias sejam compreendidas pelos estudantes, viabilizando sua aplicação imediata.

Data Science em Vendas

Esta disciplina trata do uso de ferramentas tecnológicas para analisar dados extraindo conhecimento e aplicando no dia a dia das organizações de maneira estratégica. Nela, os estudantes aprendem a importância de coletar, minerar e analisar dados, realizar projeções e ter insights que beneficiem as estratégias de vendas. Ao final da disciplina, os estudantes são capazes de propor soluções comerciais sustentáveis a partir da Data Science para diferentes organizações, com autonomia e senso crítico.

Marketing Digital e Ecommerce

Abordar o uso das ferramentas e tendências do Marketing Digital e E-commerce e desenvolver no aluno a capacidade para elaborar estratégias e práticas para as novas mídias.

Business Intelligence

A disciplina Business Intelligence refere-se ao processo de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento de informações que oferecem suporte a gestão de negócios. É um conjunto de técnicas e ferramentas para auxiliar na transformação de dados brutos em informações significativas e úteis a fim de analisar o negócio. As tecnologias BI são capazes de suportar uma grande quantidade de dados desestruturados para ajudar a identificar, desenvolver, e até mesmo criar uma nova oportunidade de estratégia de negócios, permitindo uma fácil interpretação do grande volume de dados. Identificando novas oportunidades e implementando uma estratégia efetiva baseada nos dados, também pode promover negócios com vantagem competitiva no mercado e estabilidade a longo prazo.