
CURSOS DE EDUCAÇÃO CONTINUADA

Estratégias de Comunicação em Marketing



Cursos de Educação Continuada

Estratégias de Comunicação em Marketing

1. COORDENAÇÃO

Coordenação Acadêmica: Prof. Fernando Faria Salgado, Mestre

2. APRESENTAÇÃO

O Curso de Educação Continuada em Estratégias de Comunicação em Marketing proporciona ao participante uma visão abrangente dos tópicos a seguir:

- Promoção Institucional (planejamento e implantação de eventos);
- Análise de retorno;
- Promoção de vendas;
- Público-alvo;
- Principais modalidades por público-alvo;
- Merchandising;
- Conceitos e áreas de concentração;
- Técnicas de aplicação no ponto-de-venda;
- Propaganda;
- Estratégias de Comunicação Publicitária;
- Planejamento, criação e veiculação de campanhas.

3. OBJETIVOS DO PROGRAMA

- Conhecer todas as etapas do processo de planejamento de estratégias de comunicação;
- Identificar o público alvo de seu produto e/ou serviço;
- Obter conhecimento acerca das diversas ferramentas disponíveis no processo de comunicação integrada: Promoção de vendas, **Merchandising**, **Endomarketing**, **Eventos**, **Branding**, **Propaganda e Publicidade**.

4. CARGA HORÁRIA

O Curso de Educação Continuada em Estratégias de Comunicação em Marketing possui a carga horária de 24 horas/aula.

5. A QUEM SE DESTINA

Profissionais que buscam conhecimentos práticos para a Estratégia de Comunicação em Marketing, além de desenvolvimento e qualificação profissional.

6. CERTIFICAÇÃO

Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Estratégias de Comunicação em Marketing” aos participantes que freqüentarem no mínimo 75% (setenta e cinco por cento) das aulas.

7. METODOLOGIA

Baseada no conceito de proximidade entre o aluno e o professor tem como objetivo que ambos percorram juntos e de forma contínua as seguintes etapas do processo de aprendizado: **Conceituar** – **Examinar** – **Experimentar** – **Aplicar**.

- **Conceituar:** Exposição do professor e a ilustração dos conceitos através da apresentação de exemplos do mercado brasileiro e internacional;
- **Examinar:** Comentários e perguntas dos alunos validando os conceitos;
- **Experimentar:** Espaço para troca de vivência entre alunos através de trabalhos em grupo em sala, jogos e estudos de caso.
- **Aplicar:** Elaboração do trabalho final.