



iag
ESCOLA
DE NEGÓCIOS
PUC-RIO

MBA

Gestão de Marketing

Ferramentas de
marketing + Gestão +
Transformação
Digital





MBA

Gestão de Marketing

APRESENTAÇÃO

O MBA em Gestão de Marketing do IAG PUC-Rio é ideal para quem busca aplicar na empresa conhecimentos práticos em marketing com conteúdos inovadores em economia criativa e no ambiente de trabalho digital.

O curso aborda o marketing clássico com a contribuição de novas ferramentas em mercados digitais e segmentos inovadores como o da economia criativa. A combinação perfeita de uma sólida base acadêmica de marketing e gestão, com atividades voltadas para a aplicação prática em um contexto empresarial cada vez mais on-line e interconectado.

O programa oferece ferramentas para a formulação e aplicação de estratégias de marketing e habilidades de gestão para desenvolver soluções direcionadas a consumo, varejo, marcas e, principalmente, mídias digitais. E, ainda, com a aplicação das ferramentas mais recentes de relacionamento com o cliente, como Database Marketing (DBM) e Customer Relationship Management (CRM).

PÚBLICO ALVO

- Administradores, publicitários, jornalistas, relações-públicas, designers e empreendedores;
- Profissionais de outras áreas de atuação que já exerçam ou possuam potencial para exercer funções da área de marketing;
- Profissionais em diferentes estágios de carreira, integrando suas experiências e trajetórias pessoais.
- A proposta é permitir, por meio deste encontro de talentos, uma rica troca de conhecimento, com conteúdo voltado para inovação que só uma instituição consolidada e de vanguarda como a PUC-Rio pode oferecer.





COORDENAÇÃO

Luís Alexandre Grubits de Paula Pessoa

lpessoa@iag.puc-rio.br

Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro com Dignidade Acadêmica no grau CUM LAUDE (UFRJ, 1993); Mestre em Administração de Empresas, com ênfase em Marketing, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio, 1996) e Doutor em Letras, na área de estudos linguísticos, pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM-SP, 2010), tendo realizado estágio doutoral no Institut d'Études Politiques de Paris (Sciences Po, 2009/2010). Recebeu menção honrosa no Prêmio CAPES de Tese 2011 da área de Letras/Linguística. Professor Adjunto do Departamento de Administração da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (IAG/PUC-Rio), onde leciona desde 1996. Professor dos Programas de Pós-Graduação e de Graduação em Administração. Coordenador do Mestrado Profissional em Administração de Empresas (desde 2019). Coordenador Acadêmico do MBA em Marketing da PUC-Rio (desde 2011). Membro eleito da Comissão Geral do Departamento de Administração (desde 2017). Pesquisador das áreas de marketing, consumo & cultura, branding, comunicação e comportamento do consumidor, com interesse na aplicação do aparelho teórico-metodológico da Linguística e da Semiótica na abordagem dos fenômenos relacionados a esses campos. Colíder do tema "Consumo e Cultura" da Divisão Acadêmica de Marketing da Anpad (2019) e coordenador do tema Marketing do Congresso AdCont (2018, 2019). Possui experiência de 14 anos como executivo de empresas brasileiras de grande porte, em cargos gerenciais da área de marketing, comunicação (publicidade) e negócios.



COORDENAÇÃO

Alessandra Baiocchi

abaiocchi@prof.iag.puc-rio.br

Professora de Marketing e Supervisora de Desenvolvimento Acadêmico no curso de graduação em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Professora de Marketing para o Segmento da Cultura, Entretenimento e Economia Criativa para o MBA da mesma instituição. É mestre em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro PUC-Rio, com especialização em Marketing, e bacharel em Administração de Empresas pela mesma instituição. Possui MBA em Finanças Corporativas pelo IBMEC- RJ. Sócia-Diretora da A.C. Baiocchi Consultoria e Gestão Empresarial, especializada nas áreas de gestão de empresas familiares e abertura de empresas estrangeiras no Brasil. Atualmente é Doutoranda em Administração de Empresas pelo IAG/PUC-Rio onde estuda Indústrias Criativas e seu impacto na marca de cidades. Durante seu doutorado, estudou um período na École des Hautes Études Commerciales (HEC) em Montréal, Canada, sob a supervisão do Professor François Colbert, da Carmelle and Rémi-Marcoux Chair of Arts Management.

OBJETIVOS DO PROGRAMA

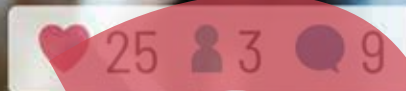
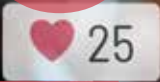
- Aprofundar e estruturar conhecimentos teóricos relativos à área de marketing;
- Oferecer instrumental para atuação estratégica dos profissionais de marketing em áreas específicas, como marketing digital e de eventos, explorando ideias e ações que proporcionem experiências marcantes para o consumidor;
- Desenvolver capacidade de análise e reflexão críticas acerca das principais funções da área de marketing nas organizações;
- Especializar profissionais em marketing aptos a atuar em posições de liderança nas organizações, aplicando soluções em um ambiente competitivo global;
- Promover a colaboração, integração e a troca de experiências entre os participantes.

DIFERENCIAIS

- Compromisso integral com a qualidade do ensino, tradição da PUC-Rio;
- Time docente de notáveis, com extensa experiência de mercado e expertise acadêmica;
- Atenção ao perfil e maturidade na formação de turmas, valorizando o *networking*;
- Equipe dedicada ao cuidado e apoio individualizado aos alunos;
- Desenvolvimento de competências em marketing digital;
- Material didático fornecido;
- Campus ecológico próximo a serviços de estacionamento no entorno e ao ponto de integração do metrô

DISCIPLINAS

Comportamento do Consumidor	Marketing de Serviços
Estratégia de Marketing	Marketing de Relacionamento (DBM/CRM)
Fundamentos de Marketing	Estratégia de Marketing e Novas Mídias
Marketing Internacional	As Marcas e o Mundo Digital
Gerência de Produtos e Serviços	Laboratório de Marketing Digital
Gerência de Distribuição	Marketing para Eventos e Entretenimento
Gerência de Preços	Economia Criativa
Comunicação Integrada de Marketing	Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Opcional



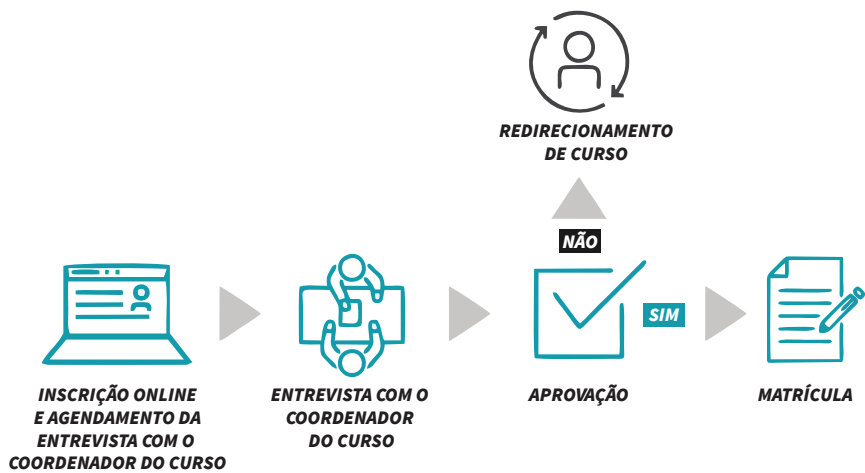
CARGA HORÁRIA

Duração: A carga horária mínima do programa é de 360 horas com 12 meses de duração

Para horário e início da próxima turma, consulte o site em www.iag.puc-rio.br/mbamarketing

PROCESSO SELETIVO

A seleção será realizada com base em entrevista (que pode ser pessoal, por telefone, WhatsApp ou Skype) com a coordenação do curso, considerando os objetivos profissionais do candidato. Ao realizar a inscrição (no site), será agendada a data da entrevista e, posteriormente, informado ao candidato se foi ou não aprovado para ingresso no curso. Só então será feita a matrícula.



Invista em Você! A PUC-Rio no seu Currículo.