

# **Pós-Graduação em Marketing Estratégico em Cooperativas Agropecuárias**



**Ingresso:  
Junho de 2019**

## **Objetivos**

O Programa de Pós-Graduação em Marketing Estratégico em Cooperativas Agropecuárias tem por objetivo consolidar conhecimentos de marketing estratégico dentro de uma visão contemporânea, de competitividade do mercado e identidade cooperativista, além de desenvolver profissionais para atuarem nas áreas de marketing e comunicação, com visão de negócios e conhecimento técnico para desenvolverem ações criativas, relevantes e que gerem resultados para as cooperativas.

## **Público**

Este programa é dirigido aos Profissionais de marketing ou comunicação vinculados às cooperativas que desejam aprofundar seus conhecimentos no universo do Marketing e da Comunicação.

## **Carga Horária**

O curso de Pós-Graduação em Marketing Estratégico em Cooperativas Agropecuárias tem carga horária de 360 horas, com duração de 04 semestres letivos.

## **Período das aulas**

Aulas terão encontros quinzenais nas sextas-feiras das 18h30 às 22h30 e aos sábados, das 8h00 às 17h00.



## Estrutura do Curso

<b>DISCIPLINAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
1. Identidade cooperativista e posicionamento de mercado	24 horas
2. Fundamentos em Marketing Estratégico em Cooperativas	24 horas
3. Gestão de Comunicação com o Mercado	24 horas
4. Liderança, Gestão de Equipes e Endomarketing em Coop.	24 horas
5. Gestão de Produtos e Marcas	24 horas
6. Marketing Digital	24 horas
7. Gestão de Mídias Sociais	24 horas
8. Design Estratégico	24 horas
9. Gestão de Canais de Distribuição em Coop. Agropecuárias	24 horas
10. Marketing B2B e estratégias de intercooperação	24 horas
11. Marketing de Relacionamento (CRM)	24 horas
12. Técnicas de Negociação Aplicadas a Vendas	24 horas
13. Estratégias de Arquitetura da Marca	24 horas
14. Identidade, reputação e gerenciamento de crises em Coop.	24 horas
15. Trabalho de Conclusão	24 horas
<b>TOTAL</b>	<b>360 horas/aula</b>

## **Detalhamento das Disciplinas**

### **Identidade cooperativista e posicionamento de mercado**

A disciplina oferece ao discente um ambiente de exposição e discussão sobre a evolução do pensamento cooperativista, sob a ótica da perspectiva econômica e doutrinária. Permite contato com as perspectivas dos precursores e dos pioneiros do cooperativismo como movimento. Aprofunda a discussão sobre a identidade cooperativas como uma vantagem competitiva. Permite que o discente estabeleça relação entre os princípios e valores do cooperativismo, a estrutura de funcionamento e os aspectos jurídicos das cooperativas. Ademais, possibilita ao aluno assimilação e ordenação do conhecimento sobre os processos de negócios, por meio do estudo e construção de cenários futuros, compreendendo a definição das sociedades cooperativas em relação aos diversos ambientes com os quais está transaciona, dentro de um contexto globalizado.

### **Fundamentos em Marketing Estratégico em Cooperativas**

Esta disciplina visa apresentar e aprofundar os principais conceitos de marketing estratégico dentro de uma visão contemporânea e adequada às sociedades cooperativas. Ao final da disciplina, o aluno estará apto à compreensão do ambiente de marketing (análise de tendências, consumidor/comprador e concorrência) e a partir dela desenvolver estratégias de marketing (segmentação, posicionamento e marketing mix).

### **Gestão de Comunicação com o Mercado**

Visa compreender, partindo dos objetivos de marketing, quais as principais etapas do desenvolvimento de um programa de comunicação integrada eficaz e conhecer os principais instrumentos de planejamento, execução, avaliação e controle do mix de comunicação no universo on-line e off-line.

## **Liderança, Gestão de Equipes e Endomarketing em cooperativas**

O objetivo da disciplina é permitir ao aluno compreender a importância das pessoas na implementação das estratégias das organizações e o poder da liderança eficaz na condução das equipes a um alto desempenho. O modelo de gestão de pessoas baseado em competências e a prática de feedback, completam o conjunto de temas abordados no curso. Apresenta os conceitos, funções e estratégias do Marketing interno como recurso estratégico para melhoria da produtividade, melhorando a qualidade da comunicação interna e utilizando-o como instrumento de cidadania empresarial.

## **Gestão de Produtos e Marcas**

Apresentar os fundamentos e a evolução da marca no processo mercadológico, explorando os conceitos de brand equity, de arquitetura da marca, de construção e manutenção do valor da marca. Avaliar os desafios que uma empresa enfrenta no gerenciamento de produtos e marcas, compreender os principais estágios desse gerenciamento e como eles podem ser mais bem administrados, e compreender como uma empresa pode tomar as melhores decisões de produtos.

## **Marketing Digital**

Visa conhecer os fundamentos do marketing e da cultura digital e criar condições para a compreensão e o gerenciamento do processo de comunicação digital, marketing viral, WEB marketing, mobile Marketing e técnicas de SEO (Search Engine Optimization). Apresenta métodos e ferramentas para análise e mensuração de resultados e impactos de campanhas e iniciativas digitais.

## **Gestão de Mídias Sociais**

Esta disciplina trata do fenômeno das mídias sociais, sobretudo daqueles presentes no universo digital, a partir da apresentação de diferentes modelos existentes, tipologias e estruturas afim de avaliar a importância de sua aplicação em estratégias de comunicação. O estudo teórico e prático das mídias sociais e das suas variações contemporâneas serão foco da disciplina, assim como os casos mais relevantes de sucesso no mercado atual.

## **Design Estratégico**

Promover a atualização de conceitos, métodos e práticas da utilização do design com o diferencial estratégico. Proporcionar uma visão crítica e qualificada sobre a importância do design e sua aplicação no universo da gestão empresarial, abordando uma cultura de inovação e pensamento estratégico no processo de criar, gerenciar e implementar produtos, serviços, comunicações, ambientes e experiências de marca.

## **Gestão de Canais de Distribuição em Cooperativas Agropecuárias.**

Visa compreender o que são canais de marketing, quais são as decisões que as empresas enfrentam no desenvolvimento, administração, avaliação e modificação de seus canais, quais tendências estão ocorrendo na dinâmica dos canais e como as cooperativas Agropecuárias podem criar vantagens através do desenvolvimento de estratégias de trade marketing.

## **Marketing B2B e estratégias de intercooperação**

Visa o entendimento dos fatores relacionados ao comportamento de compra organizacional, os diversos processos de compra organizacional e entendimento dos papéis de compra desempenhados pelas equipes (influenciadores, decisores, compradores, usuários...). Estuda o processo de segmentação praticado no B2B, posicionamento e as estratégias para o mercado organizacional, assim como aspectos relacionados a responsabilidade sócio ambiental, relacionamento com clientes B2B e desenvolvimento da marca no mercado B2B.

## **Marketing de Relacionamento (Customer Relationship Management)**

Desenvolve o foco da competição por participação e lealdade na empresa prestadora de serviços. Discute as melhores alternativas para criar diferenciais para atrair e, principalmente, manter clientes. Objetiva entender a importância da fidelização para a melhor rentabilidade neste setor.

## **Técnicas de Negociação Aplicadas a Vendas**

A negociação ganha-ganha é o fundamento essencial para consolidar um relacionamento de longo prazo entre cliente e fornecedores. Neste módulo, serão discutidos conceitos e proporcionadas oportunidades de desenvolvimento de habilidades fundamentais para realizar negociações eficazes.

## **Estratégias de Arquitetura da Marca**

Aborda conhecimentos que permitirão ao aluno compreender as diversas estratégias de portfólio de marcas. Contempla a organização e estruturação do portfólio de marcas e o entendimento da proposta de valor, papel e relacionamento entre as marcas de uma corporação num contexto onde a internet derruba as barreiras físicas e conceituais.

## **Trabalho de Conclusão**

Elaboração de um plano de marketing que deverá ser desenvolvido para uma sociedade cooperativa (Trabalho individual).

### **Matrícula**

O candidato deve primeiramente fazer sua inscrição através do link abaixo. A ESPM irá entrar em contato para confirmar a matrícula e solicitar a documentação, confirmando a condição do aluno (regular ou bolsista).

[INSCREVA-SE AQUI](#)

### **Início das aulas**

As aulas iniciam no dia 14 de junho de 2019.

## Local

As aulas ocorrerão tanto na sede da ESPM, localizada na Rua Guilherme Schell, N° 350, bairro Santo Antonio em Porto Alegre/RS e na sede Faculdade de Tecnologia do Cooperativismo, localizada na Av. Berlim, 409 - São Geraldo, Porto Alegre. O calendário com local de aulas será informado no início de cada semestre letivo.

## Investimento

### Investimento aluno regular:

- O valor do Programa é de R\$ 12.288,00 (doze mil, duzentos e oitenta e oito reais) podendo ser pago da seguinte maneira:

Matrícula de R\$ 240,40 + 14 parcelas de R\$ 803,04 + 1 parcela de R\$ 815,04

### Investimento aluno bolsista:

- Os alunos bolsistas regularmente matriculados receberão um incentivo do Sescop na ordem de 70% do curso, ficando responsável pelo pagamento do saldo de 30%, no valor de R\$ 3.686,40 (três mil, seiscentos e oitenta e seis reais e quarenta centavos), que deverá ser pago da seguinte maneira: Matrícula de R\$ 230,40 + 16 parcelas de R\$ 216,00\*
- O parcelamento é através de boleto bancário com vencimentos no dia 10 de cada mês.

- **Informação Importante:**

Os alunos bolsistas que, por ventura, não cursarem ou forem reprovados em alguma das disciplinas, poderão recuperá-las nos programas abertos da ESPM, tendo que arcar com os custos financeiros de R\$ 1.890,00 (pagos em até 5 vezes) por disciplina de 24 horas. Lembramos que as disciplinas pendentes, se houver, devem ser recuperadas antes do início da disciplina de TCC, caso contrário, o aluno terá que fazer o Trabalho de Conclusão em turma aberta da ESPM, arcando com os custos dessa disciplina.





## Documentos Obrigatórios para Efetivação da Matrícula

- Cópia autenticada do RG e CPF;
- Cópia do Diploma do Curso Superior autenticada (ou cópia simples e o diploma original para autenticação na ESPM sem custo), com carga-horária mínima de 1600 horas e reconhecido pelo MEC, sendo que, na falta do mesmo será aceito, temporariamente, o Atestado/Declaração de Conclusão do curso emitido pela Instituição, ficando sob a responsabilidade do aluno a entrega posterior do referido diploma;
- Currículo e 01 foto 3x4;
- Histórico Escolar de Graduação;
- Os candidatos estrangeiros ou formados no exterior devem apresentar documentos equivalentes. As cópias autenticadas do diploma (consularizado pelo Brasil no país de origem, exceto França) e do histórico escolar do Curso de Graduação devem ser acompanhadas de suas respectivas traduções juramentadas.

### **DOCUMENTOS PARA OBTENÇÃO DE BOLSA SESCOOP NO VALOR DE 70% DO PROGRAMA.**

As Bolsas de Estudo para o Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Nível de Especialização em Marketing Estratégico em Cooperativas Agropecuárias, a ser executado pela Faculdade de Tecnologia do Cooperativismo - ESCOOP e pela Escola Superior de Propaganda Marketing- ESPM, terá como beneficiários associados e empregados de sociedades cooperativas sediadas no Estado do Rio Grande do Sul, que cumpram com os requisitos estabelecidos no art. 2º desta Resolução.

Art. 2º - Poderão candidatar-se a Bolsas de Estudo, associados e empregados das Cooperativas que deverão apresentar, no ato da matrícula:

I - Regularidade da cooperativa a que estiverem vinculados, junto ao Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul - OCERGS; a qual deverá ser obtida no site eletrônico da OCERGS;

II - Declaração do Presidente da Cooperativa atestando que o candidato é associado e/ou

empregado da Cooperativa, a qual poderá ser assinada pelo Presidente da Cooperativa ou pelo responsável pela área de Recursos Humanos da Cooperativa, possibilitando-se o seu encaminhamento eletronicamente;

Art. 3º - A manutenção da Bolsa de Estudos pressupõe a permanência dos requisitos de concessão.

Parágrafo único - Na hipótese de perda da qualidade associativa ou do vínculo empregatício dos alunos bolsistas, a IES fica obrigada a informar os casos ao SESCOOP/RS e proceder a exclusão das respectivas faturas do investimento nas faturas subsequentes.

Art. 4º - Os candidatos mencionados no artigo anterior deverão entregar à Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM os documentos arrolados no art. 2º.

Art. 5º - Os associados e empregados de cooperativas não poderão acumular bolsas de estudo em qualquer das modalidades previstas nos normativos do SESCOOP/RS, sendo limitado, portanto, a 01 (uma) bolsa por beneficiário.

---

**Informações:**  
**Educação Executiva ESPM-SUL**  
**[incompany-rs@espm.br](mailto:incompany-rs@espm.br)**  
**Fone: 51-32181380**

