

Advanced MBA
Marketing e Branding

FIA BUSINESS SCHOOL
Quem sabe lidera.

VISÃO GERAL

O **Advanced MBA em Marketing e Branding** da FIA é o melhor MBA do Brasil na área. Oferece o mais completo e atualizado programa para executivos com visão estratégica de marketing e branding.

O curso combina a exposição dos mais atualizados conceitos e teorias da área com sua aplicação prática em casos reais de mercado. Para isto, os professores, sem exceção combinam qualificação acadêmica e comprovada experiência profissional.

Disponível no formato presencial ou EaD 100% ao vivo, com aulas em tempo real.

NA PRÁTICA

É feita a conexão entre a teoria e a prática por meio de metodologias ativas que incluem diferentes dinâmicas e trabalhos. A ideia é que o aluno possa aplicar os conceitos aprendidos no seu cotidiano profissional, já no dia seguinte a aula.

Faz parte do curso a elaboração de um Plano de Marketing, bem como o uso do simulador de jogos de empresas mundialmente reconhecido Markstrat.

São oferecidas palestras com profissionais do mercado, oportunidade para a assimilação de culturas de negócios distintas e para networking qualificado

PARA QUEM

- Profissionais de Marketing e Branding e áreas afins como Pesquisa de Mercado, Propaganda e Comunicação.
- Profissionais seniores de formação em outras áreas de conhecimentos, mas que buscam formação em negócios com foco em marketing e branding.
- Empreendedores e sócios de empresas

APRENDIZADO DO CURSO

Integre avançado conhecimento teórico com aplicabilidade voltada para resultados, adquirindo uma visão estratégica em marketing e branding que o destacará no mercado.

Saiba mais

Índice

Mais Renomada Escola de Negócios do Brasil 4

Fundação Instituto de Administração 5

FIA Business School 6

Reconhecimento Comprovado: Rankings, Credenciamentos e Afiliações 7

Sobre o Curso 11

Matriz Curricular 13

Bloco Liderança e Visão de Negócios 18

Bloco Optativo Internacional 24

FIA BUSINESS SCHOOL

A mais renomada escola de negócios do Brasil.

Enquanto instituições muitas vezes produzem conhecimento pouco aplicável, fórmulas prontas e conteúdos superficiais. Na FIA, unimos base teórica sólida ao conhecimento especializado que dialoga com os desafios do mercado.

Em um ambiente que estimula conexões de alto valor, transformamos teoria em prática, pensamento em impacto. Porque pra nós, saber é agir.

Quem sabe lidera.



Unidade Pinheiros: Avenida Doutora Ruth Cardoso, 7.221
Pinheiros - São Paulo/SP

FIA – Fundação Instituto de Administração

Criada em 1980 por professores do Departamento de Administração da FEA-USP, a FIA – Fundação Instituto de Administração é uma instituição privada, sem fins lucrativos, reconhecida como uma das maiores referências em educação executiva, pesquisa aplicada e consultoria estratégica no Brasil.

Por meio de um Acordo de Cooperação Técnica com a Universidade de São Paulo (USP), a FIA desenvolve projetos em parceria que reúnem rigor acadêmico, visão de mercado e impacto real nos negócios e na sociedade.

Consultoria

FIA conta com uma equipe de consultoria composta por profissionais com formação multidisciplinar e especializada em gestão pública e privada.

Consultoria personalizada que oferece soluções baseadas em seu problema de negócio.

+8 mil consultorias

realizadas em mais de mil empresas privadas e órgãos públicos.



Você estuda onde o conhecimento vira decisão.

Desenvolva uma base teórica sólida e aprenda a selecionar e aplicar métodos de acordo com os desafios de cada negócio.



FIA Business School

A faculdade FIA Business School é mantida pela fundação FIA - Fundação Instituto de Administração. **Reconhecida como uma das mais tradicionais e respeitadas escolas de negócios do Brasil**, consolidou-se pela oferta de programas executivos premium de Graduação, Pós-Graduação, MBA, Mestrado Profissional, Doutorado Profissional, Extensões, Cursos In-Company, além de soluções educacionais customizadas para organizações dos setores privado e público, no Brasil e em diversos países.

Destaca-se como um dos mais importantes centros de educação executiva do país, faculdade responsável pela **formação de líderes, executivos e tomadores de decisão** preparados para atuar em um mercado cada vez mais complexo, tecnológico e global.

Está entre as escolas de negócios mais reconhecidas globalmente, com programas entre os **Top 100 do mundo** e acreditações internacionais que posicionam a instituição no seleto grupo de business school de padrão global.

Estudar na FIA Business School é preparar-se para liderar decisões estratégicas, transformar organizações e deixar um legado real no mundo dos negócios.



Reconhecimento Comprovado

A FIA Business School possui **reconhecimento nacional e internacional** por sua excelência em ensino executivo, reconhecido por rankings globais, credenciamentos acadêmicos e afiliações estratégicas que poucas instituições conseguem alcançar.

Enquanto a maioria das instituições alcança apenas requisitos regulatórios, como o MEC, a FIA é reconhecida internacionalmente, prestigiada com selos globais e excelência acadêmica orientada ao mercado corporativo. Nossos selos não são apenas “troféus acadêmicos”, eles atestam a qualidade do corpo docente, a consistência acadêmica, a metodologia premium, a relevância prática dos programas e a forte conexão com o mercado.

Rankings

QS Stars

A **1ª instituição brasileira a ser classificada**, destacando-se com nota máxima pela excelência em ensino, empregabilidade, educação em gestão e educação online.

Global Business Education Awards

Importante título de “Escola mais inovadora da América do Sul” pela European CEO. Uma publicação comandada por um time editorial composto por jornalistas e correspondentes dos veículos mais influentes do mundo.

QS MBA Executivo

O MBA Executivo Internacional obteve 5 estrelas e está entre os TOP MBAs, sendo o único do Brasil entre os 100 melhores do mundo. Destacando-se com uma das melhores pontuações globais.



3x eleita
a melhor escola
de negócios
do Brasil
pela ÉPOCA.

Credenciamentos

Ministério da Educação (MEC)

Integra as melhores escolas de negócios do Brasil, com **Nota 5 no MEC**.

Business Graduates Association (BGA)

2ª universidade brasileira a conquistar a acreditação internacional, **um dos selos mais rigorosos e respeitados do mundo**. Reforça nosso compromisso com excelência acadêmica, impacto real e elevados padrões de qualidade.

Association of MBAs (AMBA)

1ª escola brasileira a adquirir o credenciamento. Significando que a FIA atende aos mais altos padrões de qualidade internacional na educação em gestão.

Associação Nacional de MBA (ANAMBA)

Reconhecimento global que assegura padrões de excelência para MBAs, alinhados às melhores práticas internacionais.

European Foundation for Management Development (EFMD)

Os MBAs Internacionais são acreditados, garantindo padrões de excelência e posicionamento entre os **melhores do mundo.**

Business School Impact System (BSIS Impact)

Integramos um seleto grupo de menos de 100 escolas no mundo reconhecidas pelo BSIS Impact, avaliados pelo impacto gerado na economia, na sociedade e ecossistema.

Afiliações

Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)

Atesta a conformidade com **elevados padrões de excelência** em ensino, currículo, recursos e resultados dos alunos.

Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED)

Associação científica sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento e a excelência da educação a distância.

Principles for Responsible Management Education (PRME)

Com base no Pacto Global da ONU, promove práticas de **responsabilidade social na educação executiva**.

Mais que um diploma, uma marca global no seu currículo.



Sobre o curso



Objetivo

Formar líderes capazes de:

- Dominar os conceitos para a gestão de negócios numa organização de qualquer tipo;
- Reconhecer as teorias e práticas gerenciais de marketing adotadas por empresas de sucesso;
- Aplicar os conhecimentos adquiridos durante o curso, na sua atividade profissional;
- Desenvolver novas ideias na área de marketing e marcas;
- Liderar times voltados para a construção da marca das organizações.

Corpo Docente

O corpo docente conta com professores altamente capacitados com experiência no mundo corporativo. Nos critérios de seleção do corpo docente, são priorizadas sua qualificação e experiências profissionais nas distintas matérias, de maneira que o curso permita não somente a transmissão de conhecimentos, mas também experiências enriquecedoras.

Aqui é onde líderes se formam para transformar o futuro.



Matriz Curricular



GESTÃO DE MARKETING

Pensamento Estratégico Sistêmico em Marketing

- Abordagem sistêmica de marketing
- Novas realidades em marketing
- Novos desafios de análise de comportamento
- Conectando estratégia corporativa e marketing

Tendências de Marketing e Branding

- IA e sustentabilidade moldando comportamentos
- O papel da marca contemporânea
- Novo cenário competitivo em branding
- Posição da marca frente a questões polêmicas

Tópicos Avançados de Gestão de Marketing

- Novos modelos de gestão de marketing
- Evolução do marketing nas organizações
- Projetando o marketing do futuro

BRANDING ESTRATÉGICO

Brand Equity – Estratégias para Construir Valor

- Lembrança de marca
- Atributos
- Imagens
- Julgamentos
- Sentimentos
- Ressonância

Posicionamento de Marca

- Público-alvo
- Território de marca
- Pontos de paridade de marca
- Diferenciação de marca

Arquitetura de Marcas

- Marca corporativa
- Sistemas de marca única
- Sistema de marcas independentes
- Sistema de marcas mistas

Ativismo de Marca

- Novas demandas sociais

- Propósito de marca
- Posicionamento de marca diante
- Marcas moldando comportamento

MARKETING DIGITAL

Aquisição de Clientes ao Utilizar Estratégias de Marketing Digital

- Definição de público-alvo
- Planejamento de conteúdo
- Estratégia de comunicação

Retenção e Monetização ao Utilizar Estratégias de Marketing Digital

- Definição de objetivos
- Concepção da estratégia
- Criação e monitoramento de KPIs

CONSTRUÇÃO DE MARCAS

Branding e Arquétipos de Marca

- Entendendo estruturas arquetípicas
- Proposição de arquétipo de marca
- Representação emocional da marca

Marca Como Ativo Legal

- Proteção legal de marca
- Modalidade de registro de marca
- Concorrência desleal de marca

Gestão de Private Labels

- Conceituando marcas próprias
- O papel estratégico das marcas próprias
- Planejamento de marcas próprias

Branding no Segmento de Luxo

- Conceituando luxo
- Marcas de luxo
- Definindo território de marcas de luxo

Sports Branding

- O esporte na construção de marca
- Gestão de marca de produtos do esporte
- Marcas de entidades esportivas

Semiótica da Marca
- Definição de semiótica
- Uso da semiótica no processo de branding

Tópicos Avançados de Branding
- Temas emergentes
- Uso da IA em marketing
- Casos de sucesso na gestão de marcas

MARKETING AVANÇADO

Marketing de Varejo no Omnichannel
- Novos conceitos de distribuição
- Integrando canais e clientes
- A jornada do cliente

CRM e Customer Loyalty
- Definindo relacionamento
- Planejando CRM
- Construção de relacionamentos

E-commerce
- Evolução do e-commerce
- Planejamento e implementação
- Mensuração de resultados

B2B Marketing
- Análise da definição de público-alvo
- Comportamento de compra
- Processo comercial

Marketing de Serviços
- Desafios do marketing de serviço
- Conceito contemporâneo de serviços
- Gestão da experiência do cliente

Tópicos de Marketing Avançado
- Temas emergentes
- Uso da IA em marketing
- Casos de sucesso na gestão de marketing

PLANEJAMENTO DE MARKETING

Plano de Marketing

- Função do plano de marketing
- Elaboração do plano de marketing
- Apresentação do plano de marketing

Plano de Comunicação

- Função do plano de comunicação
- Elaboração do plano de comunicação
- Apresentação do plano de comunicação

Simulação de Negócios - (MARKSTRAT)

- Os alunos são divididos em equipes e assumem o controle de uma empresa fictícia num mercado fictício
- Tomada de decisões integrando todos os temas do curso:
  - Portfólio de produtos
  - Segmentação e posicionamento
  - P&D
  - Mix de marketing (produto/preço/comunicação/distribuição)
- As decisões de negócios são processadas pelo simulador de negócios mundialmente reconhecido (MARKSTRAT)
- Definição da empresa vencedora (a mais lucrativa)

Bloco

Liderança e Visão de Negócios



LIDERANÇA E VISÃO DE NEGÓCIOS

Comportamento Humano e Autoconhecimento

- Comportamento individual e de grupo: personalidade, valores, percepção e vieses
- Autoconhecimento e inteligência emocional
- Motivação e engajamento no trabalho
- Identificação de soft skills e elaboração do plano de desenvolvimento individual

Desenvolvimento de Pessoas e Competências

- Competências e soft skills no contexto organizacional
- Identificação e desenvolvimento de competências individuais e coletivas
- Aprendizagem e práticas de desenvolvimento de pessoas
- Avaliação de competências e desempenho, considerando critérios éticos e vieses

Liderança, Cultura e Habilidades Políticas

- Papel da liderança no desenvolvimento de pessoas e equipes
- Equipes de alto desempenho: colaboração, segurança psicológica e inclusão
- Cultura organizacional e gestão da mudança
- Relações de poder, habilidades políticas e influência ética: leitura do contexto, construção de redes e articulação de interesses
- Bem-estar e prevenção de riscos psicossociais no trabalho

Comunicação Aplicada aos Negócios

- Comunicação interpessoal e em grupo para a resolução de problemas
- Escuta ativa, empatia e comunicação não violenta
- Feedback e conversas de desenvolvimento
- Comunicação persuasiva, negociação e gestão de conflitos

Temas Contemporâneos em Liderança

- Desafios da liderança diante das transformações do trabalho e das organizações
- Liderança em contextos de mudança, incerteza e transformação digital
- Liderança em situações de crise
- Temas contemporâneos

Trajetórias e Práticas de Liderança

- Experiências e desafios nas trajetórias de líderes
- Análise de práticas e decisões em diferentes contextos organizacionais
- Impactos da atuação dos líderes nas organizações e nas pessoas
- Aprendizados com base em casos e depoimentos

Estratégia Empresarial e Competitividade

- Definição e conceitos de estratégia
- Missão, visão e valores
- Análise do ambiente interno e do ambiente externo
- Análise da cadeia de valor, dos fatores críticos de sucesso e das vantagens competitivas
- Modelos VRIO, PESTAL e das 5 Forças de Porter
- Análise SWOT
- Produção do planejamento estratégico
- Uso de inteligência artificial como apoio à análise do ambiente interno e externo

Economia Aplicada e Cenários Econômicos Globais

- Premissas e definições de Economia aplicadas aos negócios
- Definições de oferta, demanda e elasticidade e suas aplicações
- Classificação dos mercados de acordo com a estrutura competitiva
- Aplicação da teoria dos jogos
- Principais agregados macroeconômicos
- Políticas macroeconômicas como instrumento de gestão (políticas fiscal, monetária e cambial)
- Técnicas de produção e análise de cenários econômicos, inclusive com o apoio de ferramentas de inteligência artificial

Governança, Liderança e Ética

- Estruturas de governança e o papel dos conselhos na busca da sustentabilidade corporativa
- Liderança ética e responsável em tempos de IA e dados
- Dilemas éticos e tomada de decisões responsáveis no contexto do mundo BANI
- Programas de compliance e integridade

Sustentabilidade

- Sustentabilidade empresarial e Agenda 2030 (ODS)
- Papel dos negócios na descarbonização da Economia
- Responsabilidade social corporativa
- Indicadores e relatórios integrados de sustentabilidade e de responsabilidade social
- Protagonismo do Brasil, suas instituições e empresas no enfrentamento da Emergência Climática

Ambiente Legal de Negócios: Direito Societário

- Tipos de sociedades empresariais e suas características
- Acordos de acionistas e cláusulas essenciais
- Responsabilidades legais e de reputação dos administradores e sócios

- Novas fronteiras regulatórias da IA, governança de dados e compliance digital, com responsabilidade algorítmica

Gestão de Operações e Processos

- Sistema de produção e operações de serviços
- Visão de processos na gestão de operações
- Mapeamento de processos e identificação de gargalos, com teoria das restrições, análise e melhoria de processos
- Ferramentas de melhoria contínua
- Gestão estratégica das operações
- Seleção e implementação de tecnologias digitais em operações

Gestão de Cadeias de Suprimentos e Logística

- Cadeias globais de suprimentos e cadeias globais de valor
- Gestão global de suprimentos, nearshoring e reconfiguração geopolítica
- Gestão estratégica de fornecedores e relacionamentos na cadeia
- Gestão de riscos na cadeia e resiliência
- Gestão de demanda na cadeia de suprimentos
- Gestão de estoques
- Gestão da logística
- Logística reversa e sustentabilidade
- Cadeia de suprimentos digital

Cálculo Financeiro e Análise de Viabilidade de Investimentos

- Noção de dinheiro no tempo: juros nominais x juros reais
- Cálculo e interpretação econômica relativas ao uso de operações que envolvam juros simples, juros compostos, incluindo transformações de taxas equivalentes para diferentes períodos
- Cálculo e interpretação de indicadores de viabilidade econômico-financeira (Payback Simples e Descontado, TIR e VPL)
- Seleção de alternativas de investimento e financiamento
- Apresentação de cuidados com o uso de IA para análise de investimentos e cálculos financeiros

Análise Financeira e Informação Contábil para a Tomada de Decisões

- Conexão entre decisões operacionais, de investimento e de financiamento empresarial sobre as demonstrações financeiras (BP, DRE e DFC)
- Interpretação econômica e estratégica das estruturas das demonstrações financeiras (BP, DRE e DFC), tendo em vista os interesses dos diversos stakeholders impactados pela organização (enfoque ESG)
- Cálculo e interpretação de índices financeiros (retorno, lucratividade, endividamento, atividade e liquidez)
- Apresentação de cuidados com o uso de IA para análise financeira

Inovação e Geração de Valor

- Conceito e tipologia de inovações e seu papel na geração sustentável de valor
- Inteligência Artificial e transformação digital como vetores de inovação
- Aprendizagem organizacional e liderança inovadora
- Cultura de experimentação e tolerância ao erro como fonte de aprendizado

Empreendedorismo e Modelos de Negócios

- Empreendedorismo e liderança em ambientes inovadores
- Identificação de oportunidades de inovações tecnológicas sustentáveis em mercados globais
- Empreendedorismo corporativo e intraempreendedorismo digital
- Plano e Modelo de Negócios
- Aplicação do Business Model Canvas com foco em inovação responsável
- Validação de hipóteses e pitch da proposta

A Importância da Análise de Dados para a Tomada de Decisão

- Empresa data driven
- Profissional data driven
- A importância da análise de dados para a tomada de decisão
- Exemplos de uso de técnicas de projeção, classificação e segmentação para a tomada de decisão
- Definição de inteligência artificial tradicional e inteligência artificial generativa
- Como a inteligência artificial pode ser utilizada nas diversas áreas da empresa: Finanças, Marketing, Recursos Humanos, Operações, Compras, Venda, Departamento Jurídico

Transformação Digital

- Transformação Digital: conceitos, evolução e contexto empresarial
- Jornada da Transformação Digital e sua implantação adequada nas organizações
- Novos modelos de negócio e experiência do cliente na era digital
- Maturidade digital, desafios e fatores críticos de sucesso
- Casos práticos de Transformação Digital
- A importância da Sustentabilidade em projetos de Transformação Digital e de IA
- Tecnologias emergentes

IA Generativa: Aplicações Práticas para Negócios

- Compreender, de forma objetiva, o funcionamento e as possibilidades da IA Generativa
- Identificar oportunidades de aplicação da IA em atividades profissionais

- Elaborar prompts mais eficientes para diferentes objetivos
- Utilizar IA para gerar, resumir, transformar e estruturar informações
- Utilizar IA como apoio à análise e à tomada de decisão
- Avaliar criticamente as respostas produzidas pela IA
- Reconhecer riscos relacionados com alucinações, vieses, privacidade e uso inadequado de informações
- Desenvolver um pequeno caso de uso de IA Generativa aplicável à sua realidade profissional

Estratégias de Marketing no Mundo Digital

- Estratégia de Marketing
  - Estratégia de marketing e análise de mercado e da concorrência
  - Segmentação de mercado, seleção de mercado-alvo e posicionamento
- Estratégias Go to Market
  - Desenvolvimento e gerenciamento de produtos
  - Estratégias de preços e valor para o cliente
  - Canais de distribuição e omnichannel
  - Estratégias de comunicação no mundo digital

Customer Centricity no Mundo Atual

- Comportamento do consumidor no mundo digital
  - Jornada e experiência do cliente (CX): atendimento às expectativas em ambiente digital e offline
  - Influências psicológicas, sociais e culturais no comportamento de consumo e compra
  - Tomada de decisão de compra do consumidor, comportamento online e tendências do consumidor digital e offline
- Customer insights no mundo digital
  - Coleta de dados e pesquisa de mercado e do consumidor: entrevistas e observação
  - Uso de insights para desenvolver estratégias de marketing, com personas e relacionamento de marca no mundo digital
- Satisfação, fidelização e valor do cliente
  - Satisfação e fidelização: direcionadores de satisfação, CRM, NPS, retenção e valor do cliente (CLV)
  - Marketing responsável: dados do cliente, privacidade (LGPD), emprego de inteligência artificial, ética e sustentabilidade

Bloco

Optativo Internacional



Optativo Internacional – ISEG

Explore novos horizontes por meio do nosso módulo optativo internacional que combina teoria avançada, aplicações práticas e networking internacional.

Em parceria com o **ISEG – Universidade de Lisboa**, referência internacional em gestão, você aprofunda conhecimentos em tendências globais, negociações e liderança. São vivências imersivas, com visitas técnicas e metodologias de ponta para enriquecer sua visão estratégica e ampliar suas oportunidades de atuação global.

CURSO: LEADING TO THE FUTURE

O que você vai vivenciar:

- Futurismo aplicado, cenários e estratégia
- Design estratégico e inovação
- Visitas técnicas e metodologia Scanning, Sensing & Acting
- Certificação internacional do ISEG Executive Education

CURSO: LIDERANDO COM IMPACTO

O que você vai vivenciar:

- Liderança estratégica em ambientes voláteis
- Simulador Harvard Everest Challenge
- Laboratório de inovação e visitas empresariais
- Competências de autoliderança, storytelling e gestão de equipes
- Certificação internacional do ISEG
- Uma jornada que transforma carreiras e abre portas para o futuro




BUSINESS
SCHOOL
Quem sabe lidera.