

# DESAFIOS DE MARKETING E ESTRATÉGIA EM CENÁRIO GLOBAL

2ª edição





PROJETO .....	1
COORDENAÇÃO E EQUIPA DOCENTE.....	1
PROGRAMA (indicativo).....	2
CONTEUDOS DOS SEMINÁRIOS (tópicos principais).....	5
PERFIS DOS FORMADORES.....	7



## Desafios de Marketing e Estratégia em Cenário Global | 2ª edição

Este curso pretende contribuir para a formação em Marketing e Estratégia Empresarial, numa perspetiva global. Partindo dos desafios a que as organizações estão sujeitas no século XXI, propomos uma reflexão sobre a formulação estratégica e sobre os desafios da internacionalização e da necessária mudança nas organizações. Complementando as sessões em sala de aula, esta iniciativa inclui um programa de visitas a empresas e organizações empresariais, permitindo aos participantes conhecer e constatar, na prática, os agentes e os desafios que enfrentam as organizações no mercado global.

### DESTINATÁRIOS

Alunos de pós-graduação da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, Brasil.

### NÚMERO DE PARTICIPANTES

25 participantes.

### DATA E LOCAL

De 13 a 24 de janeiro de 2020 na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

### DURAÇÃO

2 semanas



**Professor Coordenador:** Paulo Gama.

**Equipa de docentes:** Arnaldo Coelho, Carlos Gomes, Cristela Bairrada, Fernando Carvalho, Joana Dias, João Fontes da Costa, Paulo Melo e Pedro Torres.



**1º dia (segunda-feira, 13 de janeiro de 2020)**

- Sessão de boas vindas e apresentação do “*Marketing Challenge*”
- Formadores: Cristela Bairrada (FEUC) e Arnaldo Coelho (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Almoço: Colégio de Jesus
  
- Visita à Universidade de Coimbra, Alta e Sofia (Património Mundial da Humanidade). Visitas acompanhadas por guia turístico.
- Duração da atividade: 3 horas

**2º dia (terça-feira, 14 de janeiro de 2020)**

- Seminário: Desafios estratégicos do Séc. XXI
- Formador: Arnaldo Coelho (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Visita Empresa (tema: *customer relationship management*)
- Duração da atividade: 3 horas

**3º dia (quarta-feira, 15 de janeiro de 2020)**

- Seminário: Rumo à Internacionalização
- Formador: Fernando Carvalho (FEUC)
- Duração da atividade: 6 horas

#### 4º dia (quinta-feira, 16 de janeiro de 2020)

- Seminário: Gestão estratégica de marcas
- Formador: Cristela Bairrada (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Visita Empresa (tema: *branding*)
- Duração da atividade: 3 horas

#### 5º dia (sexta-feira, 17 de janeiro de 2020)

- Seminário: Marketing digital
- Formador: Pedro Torres
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Visita Empresa (tema: *marketing digital*)
- Duração da atividade: 3 horas

#### 6º dia (sábado, 18 de janeiro de 2020)

- Dia Livre

#### 7º dia (domingo, 19 de janeiro de 2020)

- Dia livre

#### 8º dia (segunda-feira, 20 de janeiro de 2020)

- Seminário: Mudança e inovação organizacional
- Formador: João Fontes da Costa (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Visita Empresa (tema: empresas portuguesas inovadoras)
- Duração da atividade: 3 horas

### 9º dia (terça-feira, 21 de janeiro de 2020)

- Seminário: Identidade, cultura e mercados
- Formador: João Fontes da Costa (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Visita Empresa (tema: produtos cultura portuguesa)
- Duração da atividade: 3 horas

### 10º dia (quarta-feira, 22 de janeiro de 2020)

- Seminário: *Gamification*
- Formador: João Fontes da Costa (FEUC) e Joana Dias
- Duração da atividade: 6 horas

### 11º dia (quinta-feira, 23 de janeiro de 2020)

- Seminário: Rumo a um mundo digital
- Formador: Paulo Melo (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Visita: IPN (tema: incubação de empresas de base tecnológica)
- Duração da atividade: 3 horas

### 12º dia (sexta-feira, 24 de janeiro de 2020)

- Seminário: A gestão da performance organizacional: Tendências, obstáculos e soluções
- Formador: Carlos Gomes (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- *Marketing Challenge* (apresentação final)
- Formadores: Cristela Bairrada (FEUC) e Arnaldo Coelho (FEUC)
- Duração da atividade: 3 horas
  
- Jantar de Encerramento (Centro Cultural Dom Dinis)

## Informações adicionais:

### Horário geral:

- Manhãs: 9.30 – 12.30
- Almoço: 12.45 – 14.00
- Tardes: 14.30 – 17.30

### Organização dos seminários:

Formação presencial, nas instalações da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Será dada uma componente eminentemente prática às matérias a lecionar, sem perder de vista as bases conceptuais que se impõem. Sempre que possível haverá o envolvimento de empresas ou de casos reais.

## CONTEÚDOS DOS SEMINÁRIOS (tópicos principais)



### *Marketing Challenge (3 H + 3 H)*

O “Marketing Challenge” estará dividido em duas sessões distintas.

Na primeira sessão (1º dia de formação) os alunos terão contacto com um real problema de marketing, apresentado por uma empresa portuguesa. Nesse mesmo dia os alunos serão distribuídos por grupos para poderem trabalhar ao longo da sua estadia em Portugal sobre este desafio, de uma forma mais estruturada.

Na segunda e última sessão (no último dia de formação) os alunos terão de apresentar algumas soluções para solucionar o problema apresentado pela empresa no primeiro dia de formação.

### *Desafios estratégicos do Sec. XXI (3 H)*

- Os novos caminhos do marketing;
- Os dois dilemas organizacionais:
  - How to get into the black box

- A team truly passionate about your customers
- Ligando a estratégia global à estratégia da organização

### Rumo à Internacionalização (6 H)

- A estratégia de internacionalização no quadro da estratégia da empresa
- As motivações à internacionalização
- O processo de internacionalização
  - De Uppsala às Born Global
  - A determinação dos países alvo
  - Os modos de entrada
- A estratégia internacional

### Gestão estratégica de marcas (3H)

- A importância das marcas
- Identidade da marca
- Valor da marca
- Gestão emocional das marcas

### Marketing digital (3H)

- Marketing digital: estratégia e implementação

### Mudança e inovação organizacional (3H)

- Fatores desencadeadores da mudança organizacional
- Consequências da mudança organizacional para a gestão de pessoas
- Novas formas de organização

### Identidade, cultura e mercados (3H)

- Identidade e mercadologia
- Cultura e comportamentos



- Marketing cross-cultural

### **Gamification (6H)**

- O que é *gamification*? Conceitos, história, exemplos;
- A motivação e a diversão;
- O que faz de um jogo um jogo? Conceitos, elementos de um jogo, mecânicas de um jogo;
- Boas práticas;
- Gamification na empresa, na educação, na sociedade;
- Críticas e Riscos.

### **Rumo a um mundo digital (3H)**

- E-commerce
- Indústria 4.0
- Blockchain

### **A gestão da performance organizacional: Tendências, obstáculos e soluções (3H)**

- Enquadramento estratégico da medição de performance
- Sistemas de medição de performance
- Metodologia de implementação de um processo de gestão de performance

## **PERFIS DOS FORMADORES**



**Arnaldo Coelho** é Licenciado pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Mestre pelo Instituto de Administração de Empresas da Universidade de Poitiers e doutorado em Gestão de Empresas pela Universidade de Barcelona. É professor da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e coordena o Mestrado e o MBA em Marketing desta Faculdade. Atua ainda como consultor nas áreas de

Organização, Estratégia e Marketing e desenvolve trabalhos na área da Responsabilidade Social Corporativa. É ainda investigador do CeBER. Foi professor visitante por curtos períodos nas universidades de Caxias do Sul e na UECE em Fortaleza. As publicações incluem vários artigos em revistas científicas internacionais (European Journal of Marketing, Journal of Business Research, International Entrepreneurship and Management Journal, Journal of Management Development, entre outros), bem como a edição de vários livros.

**Carlos F. Gomes** é Professor Associado com Agregação em Gestão de Operações na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, onde leciona disciplinas da Licenciatura em Gestão, do MBA e do Doutoramento em Gestão de Empresas. É investigador no CeBER - Center for Business and Economics Research. Obteve o Doutoramento em Organização e Gestão de Empresas, o Mestrado em Ciências Empresariais, o certificado de Pós-graduação em Qualidade Industrial e Negócios Internacionais e a Licenciatura em Eng. Eletrotécnica, todos estes graus pela Universidade de Coimbra. Atualmente é Coordenador do Doutoramento em Gestão de Empresas. As suas publicações incluem várias dezenas de artigos em revistas científicas internacionais com revisão pelos pares (Service Industries Journal, International Journal of Production Research, International Journal of Production and Operations Management, Journal of Air Transport Management, Personnel Review, Project Management Journal, Cross Cultural Management, entre outros), bem como várias dezenas de atas de congressos internacionais e vários capítulos de livros.

**Cristela Bairrada** é licenciada e mestre em Gestão pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Em 2016, terminou o doutoramento em Gestão, com especialização em Marketing, também pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. É ainda investigadora no Centre for Business and Economics Research, investigando em áreas como: marcas, comportamento do consumidor, amor pela marca, city branding, lealdade à marca, WOM, price premium etc. Ao longo do seu percurso profissional tem sido responsável pela lecionação de diversas unidades curriculares na área da estratégia e do marketing. Para além de oradora em vários seminários relacionados com o marketing e a estratégia empresarial é também autora de várias publicações de âmbito científico em revistas nacionais e internacionais.

**Fernando Carvalho** nasceu em Angola em abril de 1958. Licenciado em Economia pela Universidade de Coimbra, é doutorado em Ciências Económicas e Empresariais pela Universidade de Barcelona. Docente da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra desde 1983, é atualmente professor de estratégia empresarial e estratégia internacional. Como investigador tem publicações na área de estratégia e negócios internacionais em várias revistas nacionais e internacionais. É consultor de empresas desde 1985 nas especialidades de estratégia, internacionalização e de negociação.

**Joana Matos Dias** é Professora Auxiliar com Agregação da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Investigadora do Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores (INESC-Coimbra). É licenciada em Engenharia Informática pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, Mestre em Investigação Operacional pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, Mestre em Quantitative Finance pela University of London e Doutorada em Organização e Gestão de Empresas pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. É autora ou co-autora de mais de 70

publicações em revistas, capítulos de livros e atas de congressos com arbitragem pelos pares. Faz arbitragem de artigos para várias publicações nacionais e internacionais. Tem uma experiência na docência de mais de 20 anos, lecionando unidades curriculares nas áreas da Informática, Investigação Operacional, Logística, Análise de Investimentos, Métodos Quantitativos a diferentes graus de ensino (licenciaturas, mestrados, doutoramentos, MBA).

**João Fontes da Costa** licenciou-se em Sociologia pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, tendo obtido Mestrado em Gestão de Empresas no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE) e Doutoramento pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Iniciou a vida profissional na Gestão de Recursos Humanos tendo colaborado durante mais de dez anos em organizações nacionais e multinacionais com a responsabilidade de gestão departamental. É Professor Auxiliar Convidado da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra desde 2015, acumulando já 15 anos de docência no Ensino Superior. É ainda investigador no CEISUC e CeBER. Tem várias publicações de âmbito científico em revistas nacionais e internacionais, bem como capítulos de livros e comunicações regulares em conferências internacionais. É autor do livro "O Essencial do Questionário: Preparação, Recolha e Tratamento de Dados em SPSS", das Edições IPAM.

**Paulo Melo** licenciou-se em Engenharia Informática pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra em 1990 e obteve o Doutoramento em Organização e Gestão de Empresas - Ciências dos Sistemas nas Organizações pela Universidade de Coimbra em 2006. Atualmente é Professor Auxiliar na FEUC (Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra). É ainda investigador no INESC Coimbra e no CeBER. Co/dirigiu ou participou em mais de uma dezena de projectos de investigação com financiamento públicos e privados. As suas publicações incluem várias dezenas de artigos em revistas científicas internacionais indexadas.

**Pedro Torres** é Professor Auxiliar Convidado na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. É licenciado em Economia, MBA pela Universidade Católica e Doutoramento em Gestão de Empresas (especialidade de Estratégia) pela Universidade de Coimbra. Tem sido responsável pela leção de unidades curriculares na área de estratégia, marketing e finanças empresariais. Previamente, trabalhou na banca de empresas, desempenhou cargos de gestão, com especial enfoque nas áreas financeira e no desenvolvimento de novos negócios, e foi consultor de empresas.