

ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

ABRIL, 22 a 27 1974
BELO HORIZONTE -MG

PROGRAMAS
DE EDUCAÇÃO
CONTINUADA

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO EM ADMINISTRAÇÃO



COLUMBIA UNIVERSITY
Graduate School of Business

ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

- Qual o conceito de marketing em 1974?
 - Qual é a função de marketing no planejamento da empresa?
 - Quais são os fatores econômicos, sociais, tecnológicos e geopolíticos que influenciam as decisões de marketing?
 - Como podem previsões fidedignas ser desenvolvidas em um ambiente de incerteza?
 - Quais são os instrumentos mais úteis para se desenvolver estratégias eficazes de marketing?
 - Como são integrados, implantados e controlados os planos de marketing?
- O programa destina-se a executivos experientes na área de marketing e foi planejado para fornecer respostas às importantes questões acima mencionadas. O programa pretende ajudar executivos de marketing a diagnosticar, analisar e resolver problemas de administração de marketing do ponto-de-vista da organização como um todo, ao invés do ponto-de-vista departamental.

Foi planejado para promover um maior entendimento do impacto do ambiente econômico, tecnológico, político e social nas decisões da política de marketing

Será dada ênfase ao planejamento e desenvolvimento da estratégia de marketing.

Tendo o plano de marketing como a estrutura organizacional, o programa considera que informação é necessária para os objetivos e planos de marketing, como tal informação é coletada e usada e como o plano é implantado e controlado.

PARA QUEM?

O programa destina-se especialmente àqueles que têm experiência em elaboração de política e interesse em administração de marketing. Será feito um esforço no sentido de incluir no programa participantes de diversos ramos industriais e de vários pontos do Brasil.

MÉTODOS

Participarão do programa professores de marketing da "Graduate School of Business" da Universidade de Colúmbia, Nova York, com ampla experiência em liderança de discussões. Participarão, ainda, representantes da comunidade empresarial brasileira com o objetivo de orientar e estimular o intercâmbio de idéias e experiências. Pequenos grupos de trabalho procurarão promover a participação individual no exame das questões, intercâmbio de experiência, trabalhando em conjunto no exame de problemas. Visto que a extensão do programa é limitada a poucos assuntos, torna-se possível a exploração em profundidade dos tópicos selecionados de acordo com a sua importância e interesse geral. O "método de casos" será usado onde se permita um enfoque específico para a análise do problema e questões de caráter geral.

ESTRUTURA DO CURSO

- Marketing na empresa moderna
- Tarefas do moderno administrador de marketing
- Ambiente de marketing no Brasil
- Segmentação do mercado brasileiro
- Estrutura conceitual do planejamento
- Análise financeira no planejamento de marketing
- Previsão de vendas e potencial do mercado
- Coleta de informações úteis sobre o mercado
- Desenvolvimento de uma estratégia ampla de marketing
- O papel do vendedor na estratégia de marketing
- Administração do grupo de vendedores
- Propaganda e o plano de marketing
- Implantação e controle do plano de marketing
- Sistema de informações usando o computador
- Problemas de marketing e oportunidades para a subsidiária multinacional
- O administrador de marketing em surgimento.

PROFESSORES

O programa será coordenado e dirigido por professores da "Graduate School of Business" da Universidade de Colúmbia, Nova York, a qual tem grande experiência no campo de educação continuada para executivos. Participarão, ainda, conferencistas convidados com experiência especial em diversas fases de marketing no Brasil. Estes conferencistas dirigirão as discussões nos encontros gerais e estarão à disposição para debates.

WILLIAM K. BRANDT

B.S., e M.B.A., Ohio State University, Ph. D., Stanford University. Professor do International College of Advanced Management Education, Stanford University; professor na Graduate School of Business, Columbia University; professor de programas para desenvolvimento de executivos em Colúmbia, no Brasil, e em várias companhias privadas. Consultor da Agency for International Development, e da National Commission on Consumer Finance. Executou projeto de pesquisa no Brasil sobre a operação das firmas multinacionais. Autor de vários artigos sobre Consumer Credit, Administração de Marketing, e, presentemente, prepara um livro sobre Administração da Empresa Multinacional.

JAMES HULBERT

B.S., Londres, MBA, Oklahoma State; Ph.D., Washington, (St. Louis).

Lecionou Administração de Marketing no University College da Washington University. É professor de Marketing da Columbia University.

Consultor de várias organizações, dentre as quais a Federal Trade Commission. Professor em cursos de aperfeiçoamento para executivos em Colúmbia, na França e no Brasil.

Autor de vários artigos em marketing e co-autor de um livro sobre os efeitos da propaganda televisada nas crianças. Colaborou com o Professor Brandt em pesquisa sobre as operações das empresas multinacionais no Brasil.

Estão incluídos como conferencistas convidados:

JACK HARDY

Sócio-Gerente da IMC - International Marketing Communications no Brasil. Foi Vice-Presidente da Young & Rubican - Venezuela; Diretor de Marketing da Colgate Palmolive para o hemisfério ocidental e depois gerente-geral da subsidiária no Brasil e na Venezuela. Foi Presidente, no Brasil, da Standard Brand, que compreende a Fleischmann e Royal Ltda. e Leite Glória Ltda.

MAURO SALLES

Presidente da Mauro Salles Inter-Americana de Publicidade S.A., jornalista; editor de "O Globo" e diretor da "TV Globo"; Secretário do Conselho de Ministros durante o período de regime parlamentar no Brasil; Presidente da Associação Brasileira de Propaganda e Diretor do Conselho Nacional de Propaganda.

RAIMAR RICHERS

Professor de Marketing na Fundação Getúlio Vargas; Ph.D. em Economia, Universidade de Berna; M.S., Business Administration; Autor de vários livros e artigos em Marketing e desenvolvimento econômico no Brasil; Sócio de Richers, Buarque de Almeida e Associados S.C. Ltda.

WALMOR BRATZ

Estudou na Georgia Institute of Technology, da Universidade de Stanford; Professor na Fundação Getúlio Vargas; Gerente de Marketing inter-industrial da IBM do Brasil.

INFORMAÇÕES GERAIS

PROGRAMAÇÃO:

O Programa será realizado em regime de tempo integral, iniciando-se às 9:00 de segunda-feira, dia 22 de abril e terminando após o almoço de sábado, dia 27 de abril. O horário diário consiste, normalmente, de duas sessões pela manhã e duas à tarde.

Estão ainda planejados conferencistas para algumas sessões noturnas. A apresentação dos professores e participantes será feita no domingo, dia 21 de abril, às 20:30 horas, em coquetel a ser realizado no Hotel Excelsior.

LOCAL:

O Programa será realizado no Salão de Conferências do CDA - Centro de Desenvolvimento em Administração - Alameda das Acácias, 70 - Pampulha - Belo Horizonte.

Será fornecido transporte do Centro da cidade para o local do curso.

TRADUÇÃO:

O Programa contará com perfeito sistema de tradução simultânea para o português em todas as ocasiões em que se fizer necessário.

CERTIFICADO:

Será fornecido certificado a todos os participantes que obtiverem frequência superior a 80% das conferências.

CUSTO:

O custo do Programa será de Cr\$3.100,00, incluindo: pastas, bibliografias, leituras, casos, transporte do centro da cidade ao local do curso e refeições no local das conferências. Não estão incluídas as despesas extras e de hospedagem dos participantes.

INSCRIÇÕES:

Preencher ficha e remeter, em anexo, duas fotos 3x4, até 18 de abril, à Fundação João Pinheiro - Centro de Desenvolvimento em Administração, Av. João Pinheiro, 146 10º andar, ou Alameda das Acácias, 70. Telefones: 42-1133, 42-1953 e 42-1024. Telex 037.328 30.000 - Belo Horizonte - MG.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO

Destinada a pesquisas e a estudos aplicados nos campos da Administração, da Economia, da Tecnologia Básica e Social e do Urbanismo, a Fundação João Pinheiro vem corrigindo condicionamentos, equacionando problemas e indicando caminhos para soluções precisas e tem como finalidade essencial contribuir para o processo de desenvolvimento do Estado e do País, dentro da filosofia de integração que inspira a ação do poder público. A Fundação João Pinheiro é um órgão que atualmente presta serviços a diversos Estados e Territórios brasileiros.

CDA - CENTRO DE DESENVOLVIMENTO EM ADMINISTRAÇÃO

É o órgão operacional da FJP que se incumbem da tarefa de formação e aperfeiçoamento de pessoal em administração. O Centro tem por objetivos: — criação de uma oferta de pessoal altamente qualificado para ocupar cargos executivos em empresas privadas ou órgãos públicos, através de um programa de treinamento em tempo integral; — elevar, em todos os níveis, o grau de desempenho da administração existente no Estado e no País, por meio de programas de educação continuada para executivos e administradores de empresas; — promover, prioritariamente, o aprimoramento do nível gerencial dos setores básicos para o desenvolvimento; — aumentar o conhecimento na área de Administração de Empresas, através de relevantes programas de pesquisa, orientados especificamente para problemas práticos relativos às empresas brasileiras.

UNIVERSIDADE DE COLUMBIA

A Universidade de Colúmbia, em New York, presta, através de sua Escola de Administração (Graduate School of Business), assistência técnica à Fundação João Pinheiro no planejamento do Centro de Desenvolvimento em Administração e na implantação de seus programas de educação de executivos, em todos os níveis. A Graduate School of Business, da Universidade de Colúmbia, tem oferecido cursos de educação continuada para executivos há mais de 20 anos, tendo adquirido uma excelente reputação internacional no ensino da administração. Já conduziu programas para executivos em várias partes do mundo.

CONVÊNIOS

A Fundação João Pinheiro, para realização deste programa, conta com a colaboração financeira do CEBRAE - Centro Brasileiro de Assistência Gerencial a Pequena e Média Empresa, através do CEAG-MG - Centro de Assistência Gerencial de Minas Gerais. Mantém, ainda, convênio com a Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte da Fundação Universidade de Minas Gerais, que dá suporte acadêmico aos seus programas.



FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO EM ADMINISTRAÇÃO

Av. João Pinheiro, 146 - 10º andar - Telex: 037-328

Fones: (0312) 22-6833 e (0312) 26-7634

**Alameda das Acacias, 70 - Pampulha - Fone: (0312) 42-1133 - (0312) 42-1953
e 42-1024 - Belo Horizonte - MG - 30.000**