



MBA em Marketing e Comunicação de Cosméticos

Objetivo do curso: Oferecer uma visão ampla do mercado de cosméticos, abordando tendências globais, comportamento do consumidor e estratégias assertivas de comunicação. Desenvolver habilidades de marketing e comunicação focadas neste mercado, tais como *branding*, produção de conteúdo e estratégias de posicionamento, com ênfase na experiência do consumidor. Identificar oportunidades de negócio e desenvolver projetos e ações inovadoras para o mercado de cosméticos e beleza pessoal.

Público-Alvo: Profissionais graduados em diversas áreas do conhecimento, ligados às atividades de comunicação; Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Administração, entre outras, que pretendem ingressar ou aprofundar seus conhecimentos na indústria dos cosméticos, com ênfase em comunicação em marketing. Profissionais da área da saúde, que trabalham na indústria de cosméticos, envolvidos com o desenvolvimento e lançamento de produtos.

Carga Horária: 432 horas-aula

Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária.

O MERCADO DE COSMÉTICOS E BELEZA	
A indústria dos cosméticos e suas conexões	32h/a
Comportamento do consumidor de cosméticos	32h/a
Planejamento de marketing no mercado de cosméticos	32h/a
Varejo de cosméticos	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
A LINGUAGEM COMUNICACIONAL DOS COSMÉTICOS	
<i>Branding</i> de cosméticos	32h/a
<i>Branded content</i> para cosméticos	32h/a
<i>Visual merchandising</i> para cosméticos	32h/a
Marketing de Influência no Mercado de Cosméticos	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
PRODUTO E INOVAÇÃO NA INDÚSTRIA DOS COSMÉTICOS	
Tendências em Produtos Cosméticos	32h/a



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Cursos de Especialização – Lato Sensu



Empreendedorismo e Inovação no Mercado de Cosméticos	32h/a
Aspectos legais e regulatórios na indústria de cosméticos	32h/a
Seminários Avançados	32h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
Módulo: Aplicação de Conhecimento	48 horas-aulas à distância
Total da carga horária do curso	432 horas-aulas

01. A INDÚSTRIA DOS COSMÉTICOS E SUAS CONEXÕES

Nome do Componente Curricular: A indústria dos cosméticos e suas conexões

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução à Indústria da Beleza e dos Cosméticos. Conexões Globais e Oportunidades em Mercados Emergentes. Influência da Indústria da Moda. Interseção entre Beleza e Saúde. Inovações Futuras e Desafios Ambientais. Perspectivas de Carreira na Indústria da Beleza e dos Cosméticos. Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente.

Objetivos: Fornecer uma visão abrangente da indústria da beleza e dos cosméticos, abordando desde uma introdução completa até uma análise da história e das tendências globais e regionais. Compreender as conexões globais e as oportunidades em mercados emergentes, adquirindo estratégias para expandir internacionalmente. Explorar as influências da moda na indústria dos cosméticos, colaborações entre moda e beleza, e as tendências interligadas que moldam o setor. Examinar a interseção entre beleza e saúde, analisando tendências de cuidados relacionados à saúde. Discutir inovações futuras, desafios ambientais e perspectivas de carreira na indústria da beleza.



02. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Comportamento do consumidor de cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Teorias e Modelos de Comportamento do Consumidor. Jornada do Consumidor na Indústria de Cosméticos. Psicologia da Beleza. Segmentação de Mercado na Indústria de Cosméticos. Tendências de Consumo em Produtos Cosméticos. Pesquisa de Mercado. Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente.

Objetivos: Aprofundar o entendimento do comportamento do consumidor, explorando teorias e modelos que explicam suas escolhas de compra, bem como identificar os fatores cruciais que influenciam suas decisões na indústria de cosméticos. Analisar a jornada do consumidor dentro desse contexto. Abordar a psicologia da beleza, abrangendo a percepção estética, autoimagem, autoestima e o impacto psicológico na seleção de produtos de beleza. Analisar a segmentação de mercado na indústria de cosméticos, detalhando perfis demográficos, psicográficos e comportamentais dos consumidores, para desenvolver estratégias de marketing personalizado. Discutir as tendências de consumo em produtos cosméticos e a importância da ética e sustentabilidade na produção e comercialização desses produtos. Proporcionar habilidades em pesquisa de mercado, coleta e análise de dados sobre o comportamento do consumidor, capacitando os alunos a aplicar esses insights na tomada de decisões estratégicas.

03. PLANEJAMENTO DE MARKETING NO MERCADO DE COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Planejamento de Marketing no Mercado de Cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Panorama do mercado global e brasileiro de cosméticos. O Ambiente de Marketing e os Sistemas de Informações de Marketing. Segmentação de Mercado e Posicionamento de Marca. Etapas de desenvolvimento de produtos, inovações, práticas



sustentáveis e estratégias de preço. Promoção e distribuição. O papel do Marketing Digital. Avaliação do Desempenho em Marketing. Avaliação do componente.

Objetivos: Compreender os princípios e instrumentos de marketing para embasar decisões estratégicas no mercado de cosméticos. Abordar o papel do marketing digital, oferecendo uma visão abrangente para a elaboração e gestão de um plano de marketing.

04. VAREJO DE COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Varejo de Cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Conceitos Fundamentais do Varejo na Indústria de Beleza. Estratégias de Varejo para Cosméticos. Canais de Distribuição Específicos para Produtos Cosméticos. Logística de Abastecimento de CD's & PDV's e Logística Reversa aplicada a Cosméticos. Aplicação Específica dos cosméticos no planograma, de acordo com o target objetivado. Varejo Online na Indústria de Cosméticos. Estratégias de Fidelização no Varejo de Cosméticos. Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente.

Objetivos: Compreender os conceitos fundamentais do varejo na indústria de beleza, abordando a definição e os componentes essenciais, os canais de distribuição específicos para produtos cosméticos e a evolução do setor. Explorar a importância do varejo na distribuição de produtos de beleza. Desenvolver estratégias eficazes de varejo, incluindo o posicionamento da marca e identidade, bem como a criação de uma experiência positiva ao cliente, com foco no serviço ao cliente e na fidelização. Abordar o crescimento do varejo online na indústria de cosméticos, estratégias de e-commerce e os desafios e oportunidades no varejo digital.



05. BRANDING DE COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Branding de cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: introdução ao Branding de Cosméticos. Proposta de Valor e Públicos de Interesse. Elementos da Construção de Marca. Branding Além do Tangível. Construção de uma mensagem de marca e storytelling. Estratégias de Posicionamento Competitivo. Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente.

Objetivos: compreender princípios básicos fundamentais da marca no contexto mercadológico para a estruturação da proposta de valor de conteúdos relevantes para diferentes públicos de interesse. Analisar a marca para além de seu valor tangível, mas especialmente seus atributos intangíveis. Entender os elementos fundamentais da construção de uma marca (identidade, posicionamento competitivo e arquitetura, etc.) e seu valor para o processo de geração de conteúdo significativo. Estudar as estratégias de posicionamento competitivo das marcas no contexto da indústria de cosméticos.

06. BRANDED CONTENT PARA COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Branded Content para Cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao Branded Content. Estratégias de Conteúdo de Marca. Estratégias Multicanal. Identificação da Identidade de Marca. Construção de Personagens. Storytelling e Visual Storytelling. Análise de Desempenho do Branded Content. Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente..

Objetivos: compreender e aplicar os conceitos fundamentais de branded content na indústria de cosméticos, enfatizando o seu papel estratégico na promoção de marcas de beleza. Desenvolver estratégias de conteúdo de marca eficazes, identificando objetivos e público-alvo específicos e escolhendo os canais e formatos de distribuição adequados. Desenvolvimento de narrativas autênticas e relevantes, criação de personas para



aumentar o envolvimento, construção de histórias cativantes e enriquecimento visual das narrativas da marca. Aprender a utilizar estrategicamente as mídias sociais e o marketing digital, enfatizando o engajamento do público e o aumento da visibilidade da marca na indústria de beleza. Medir o desempenho do branded content, permitindo a interpretação de dados, ajustes estratégicos com base em métricas relevantes e a avaliação eficaz do ROI do conteúdo de marca.

07. VISUAL MERCHANDISING PARA COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Visual Merchandising para Cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao Visual Merchandising, Estratégias de Destaque e Promoção no PDV, Design e Função das Embalagens de Cosméticos, Brand Sense e sua relevância na indústria de cosméticos, Estratégias de Comunicação *Phygital*, Visita experimental ao PDV, Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente.

Objetivos: Explorar os fundamentos do Visual Merchandising e o impacto das embalagens no ponto de venda. Análise de layouts eficientes e a aplicação de estratégias de design em lojas físicas e virtuais, destacando técnicas específicas para produtos de beleza. Explorar o design e a função das embalagens de cosméticos, seu impacto nas decisões de compra e as tendências sustentáveis. Compreender o papel dos cinco sentidos na construção de marcas na indústria de cosméticos, com o objetivo de criar experiências sensoriais únicas e impactantes no ponto de venda. Fornecer aos alunos as habilidades práticas e teóricas necessárias para produzir diferentes tipos de estratégias de comunicação *phygital* para negócios de cosméticos e beleza.



08. MARKETING DE INFLUÊNCIA NO MERCADO DE COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Marketing de Influência no Mercado de Cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Introdução ao Marketing de Influência e Tendências do Mercado Cosmético. Identificação e Engajamento de Influenciadores. Desenvolvimento de Conteúdo para Campanhas de Marketing de Influência. Mensuração e Análise de Resultados. Construção de Parcerias com Influenciadores Estudo de Casos e Atividades Práticas. Avaliação do componente.

Objetivos: Capacitar os participantes a entenderem e aplicarem estratégias eficazes de marketing de influência específicas para o mercado de cosméticos, visando aumentar a visibilidade, engajamento e vendas das marcas. Legislação e Ética no Marketing de Influência.

09. TENDÊNCIAS EM PRODUTOS COSMÉTICOS

Nome do Componente Curricular: Tendências em Produtos Cosméticos

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Classificação olfativa das fragrâncias. Linguagem das flores e combinações ancestrais. Uso tradicional de plantas medicinais e fitoterápicas na indústria de beleza. Mercado de home beauty e ar como vetor: incensos, velas, brumas e difusores. Mercado de personal beauty e água como vetor: shampoos, sabonetes, espumas e óleos. Mercado orgânico e vegano. Cosméticos *waterless*. Nanotecnologia voltada à cosmética. Criação e desenvolvimento de produtos.

Objetivos: Aprender como os cosméticos são criados e fabricados para cada nicho de mercado e estudar as matérias-primas naturais e sintéticas utilizadas no processo. Examinar a classificação de fragrâncias em famílias de odores. Compreender técnicas ancestrais e aplicá-las no desenvolvimento de produtos contemporâneos. Compreender a importância da nanotecnologia em produtos cosméticos.



10. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NO MERCADO COSMÉTICO

Nome do Componente Curricular: Empreendedorismo e Inovação no Mercado Cosmético Cosmética

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Conceitos de empreendedorismo e inovação. Relações entre mercado da beleza e do autocuidado, indústria cosmética, sociedade, tecnologia e ecossistemas de inovação. *Design thinking* como metodologia na criação de produtos e serviços inovadores na Indústria Cosmética. Análises de cenários e segmentação de mercados na Indústria Cosmética com foco na identificação de oportunidades de negócio. Criação de valor e desenvolvimento de produtos e serviços para o mercado cosmético. Validação de produto minimamente viável (MVP) prévio para o componente Aplicação do Conhecimento.

Objetivos: Desenvolvimento de capacidades e conhecimentos essenciais que contribuam para a formação do aluno com foco em empreendedorismo e atuação inovadora na Indústria Cosmética. Analisar e segmentar o mercado buscando identificar oportunidades de negócios e desenvolver projetos bem-sucedidos. Apresentar ao aluno a importância da identificação de lacunas e necessidades, explorando oportunidades emergentes e nichos. Oferecer ferramentas para transformar ideias em projetos de negócios inovadores, abordando a elaboração de planos de negócios e a modelagem de empreendimentos escaláveis e viáveis. Preparar o aluno para atuar como empreendedor na Indústria Cosmética, aplicando estratégias eficazes e sustentáveis para o desenvolvimento de projetos inovadores, além de estar alinhado com as tendências e perspectivas futuras do mercado da beleza e do autocuidado.



11. ASPECTOS LEGAIS E REGULATÓRIOS NA INDÚSTRIA DE BELEZA

Nome do Componente Curricular: Aspectos Legais e Regulatórios na Indústria de Beleza

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: 1. Introdução ao Beauty Law: interseção entre o direito e a indústria da beleza. 2. Regulamentações administrativas e sanções penais. 3. Propriedade Industrial na indústria da beleza. 4. Aspectos contratuais e responsabilidades no mercado de publicidade e marketing na indústria da beleza. 5. Sustentabilidade e responsabilidade social: desafios éticos no mercado da beleza. 6. Direito do Consumidor no mercado da beleza. 7. Estudo de Casos e Atividades Práticas. 8. Avaliação do componente.

Objetivos: Oferece uma visão abrangente sobre as regulamentações administrativas, legislações e considerações contratuais essenciais na indústria de beleza. Os tópicos incluem regulamentação de produtos cosméticos e de fragrâncias, proteção de propriedade industrial (especialmente marcas, licenciamento de marcas, desenho industrial e patentes), aspectos jurídicos de publicidade e marketing, sustentabilidade e responsabilidade social, além de relações consumeristas específicas do mercado de beleza. Os alunos exploram estudos de casos, estratégias de conformidade e tendências futuras, preparando-se para enfrentar os desafios legais e regulatórios no dinâmico mercado de beleza.

12. SEMINÁRIOS AVANÇADOS

Nome do Componente Curricular: Seminários Avançados

Carga Horária: 32 h/a

Ementa: Apresentação do componente e dos critérios curatoriais para a escolha das palestras/palestrantes; Seminário Tema 1: Comportamento do Consumidor em Cosméticos; Seminário Tema 2: Estratégias de Branding; Seminário Tema 3: Marketing Digital e Mídias Sociais; Seminário Tema 4: Comercialização e Varejo; Apanhado



conclusivo das palestras e proposição de trabalho avaliativo; Acompanhamento e discussão dos trabalhos; Avaliação do Componente.

Objetivos: Por meio de palestras com profissionais de destaque do mercado cosmético e estudos de caso da indústria, cultivar a visão de negócios sobre o consumidor, marcas, categorias, canais do ponto de vista do consumo e da gestão de marketing corporativo, abordando também suas conexões com outros segmentos. Promover o pensamento inovador e disruptivo, através do processo de análise crítica e resolução de problemas em torno de questões atuais de marketing, tendências emergentes, previsões e implicações.

13. TRABALHO DE APLICAÇÃO DE CONHECIMENTO – TAC

Nome do Componente Curricular: Trabalho de Aplicação de Conhecimento – TAC

Carga Horária: 48 h/a

Ementa: Projeto multidisciplinar que pretende proporcionar ao aluno a possibilidade de aplicação prática das diferentes competências adquiridas ao longo do curso, relacionando estrategicamente canais e ferramentas de comunicação integrada, público e mensagens para o desenvolvimento de um Plano de Marketing e Comunicação para a divulgação do projeto desenvolvido na disciplina de Empreendedorismo e Inovação na Indústria Cosmética.

Objetivos: Fornecer subsídios e acompanhar o desenvolvimento de um Planejamento de Comunicação Integrada de Marketing (CIM) para o projeto concebido na disciplina Empreendedorismo e Inovação na Indústria Cosmética. Dar a oportunidade de aplicação dos saberes desenvolvidos ao longo do curso, procurando, de forma prática e aplicada, conectar as necessidades de negócios inovadores, às práticas da Comunicação e do Marketing. Além do projeto escrito, será solicitado ao aluno que desenvolva um *pitch* (em vídeo) para apresentação do projeto, conectando-se, assim, ao ecossistema de inovação e empreendedorismo da UPM. O trabalho será composto por 2 entregas preliminares e uma entrega final.