

Programa do curso de MBA em Marketing Estratégico Digital

Este conteúdo pertence ao Descomplica. Está vedada a cópia ou a reprodução não autorizada previamente e por escrito. Todos os direitos reservados.

Apresentação

A tecnologia está presente em todos, ou quase todos, aspectos do mundo contemporâneo e isso se mostra como potencial para negócios. Cada vez mais, as pessoas estão mais conectadas ao mundo digital, o que significa que é mais significativo atingi-las por lá. Portanto, explorar o marketing digital de maneira estratégica se mostra como fundamental para qualquer negócio.

O MBA em Marketing Estratégico Digital é um curso de especialização que tem por intuito apresentar, explicar e detalhar todas as oportunidades trazidas pelo Marketing Digital. O aluno será capaz de identificar as oportunidades nesta área; usar ferramentas de gestão digital; ter conhecimento do marketing digital e os benefícios de seu uso em qualquer negócio; fazer apresentações em público de maneira clara e engajadora; gerir o seu tempo de maneira a conciliar necessidades pessoais e profissionais e liderar pessoas.

Objetivo

Dar ao aluno uma visão estratégica sobre as relações na rede;

Expor a importância do Marketing digital em qualquer negócio.

Foco para o resultado

Aproveitamento amplo das possibilidades que o digital traz

Saber como chegar ao público e entender o comportamento do consumidor para gerar um marketing mais assertivo

Criação de modelo de marketing digital, a partir dos conceitos e teorias abordadas.

Público-Alvo

O curso destina-se àqueles que querem ter/conhecer as ferramentas necessárias para produzir um Marketing Digital adequado a qualquer negócio.

MBA em Marketing Estratégico Digital – 420h

Introdução ao Marketing digital

Introdução ao Marketing Digital; Sites; E-mail Marketing; Introdução ao Inbound Marketing; Storytelling; LinkedIn; Vídeos Digitais; Instagram; Facebook; Instagram e Facebook Ads; Google Adwords.

Liderança e Gestão de Pessoas

Respiração celular; Apresentação dos principais fundamentos que originam o estudo sobre Liderança e Gestão de Pessoas; Apresentação dos principais conceitos e características sobre Cultura Organizacional que influenciam o dia a dia dos indivíduos e grupos dentro das organizações; Apresentação das formas tradicionais de estruturas para Recursos Humanos nas organizações; Como a responsabilidade pessoal influencia nos resultados e no desempenho de um indivíduo no seu dia a dia; Estudo sobre a importância em saber lidar com o outro e utilizar o feedback como ferramenta para desenvolvimento pessoal através da janela de Johari; Conhecer os fundamentos sobre motivação e as principais teorias motivacionais; competências gerais; Discussão sobre os principais conceitos sobre liderança voltada para o alto desempenho; Apresentação das principais teorias sobre liderança; Definições e conceitos sobre poder e

suas formas de sustentação no dia a dia do exercício de liderança; Apresentação de uma forma prática e contemporânea de como a liderança pode ser conduzida dentro das organizações.

Storytelling

Fundamentos Teóricos do Storytelling. Estrutura Narrativa. Personagens. Plots. Cenário, tom e mensagem. Estratégias Narrativas. Storytelling aplicado. Criando um projeto de storytelling.

Tendências do Mercado Digital

O que esperar nos próximos anos?; Tendências no marketing digital; Tendências no Big Data; Tendências na Inteligência Artificial; Tendências para a Realidade Virtual; Tendências para a Internet das Coisas; O futuro do mercado de trabalho; Tendências do Mercado Digital – Indústria 4.0; Tendências do Mercado Digital – Casos de sucesso.

Gestão do Tempo

Fundamentos; A Matriz do Tempo; Trabalhando os quadrantes; Preparando a casa; Planejamento semanal; Dicas importantes.

Inovação Tecnológica e Empreendedorismo Digital

Introdução aos conceitos de Inovação e Empreendedorismo aplicados ao mundo contemporâneo; Principais conceitos e características que o empreendedor deve desenvolver para gerar resultados; Principais conceitos e características que o empreendedor deve desenvolver para gerar resultados (Foco nas características); Apresentação dos métodos práticos para identificar oportunidades para inovar; (Canvas, Design Thinking, Planos de Negócios); Canvas, Design Thinking, Planos de Negócios – Estrutura; Formas e meios de viabilizar recursos para inovar e empreender; Depois de planejar, validar, identificar os recursos é hora de colocar em prática.

Gestão da marca

Conceito de marca. Utilização apropriada da marca para geração de valor para o cliente e empresa. Principais ferramentas de otimização de gestão. Brand equity. Posicionamento. Arquitetura de marca.

Comportamento do consumidor digital

Compreensão inicial sobre comportamento humano; Será que valor é a mesma coisa que preço?; Motivação a chave para o consumo; Percepção e meios digitais; O processo de tomada de decisão; Cognição e aprendizagem; Posicionamento digital e hiper – realidade; As influências culturais no consumo.

E-commerce

Fundamentos do E-commerce; Marketing para Ecommerce; Tipos de E-commerce; Long Tail no Ecommerce; Outros Modelos de Negócios em Ecommerce; Estratégia para ecommerce; Gestão de resultados; Tendências em Ecommerce;

Comunicação na Web

Organização e gestão escolar: os professores e a construção coletiva do ambiente de trabalho. O trabalho colaborativo como princípio da gestão escolar e do trabalho docente. A escola como espaço de participação da comunidade. Projeto Político Pedagógico.

O Projeto Político-Pedagógico: pressupostos teóricos. O planejamento educacional como instrumento de formação docente e de espaço de trabalho coletivo.

Planejamento de mídia digital

Conceito de mídia digital. Produção de conteúdo para o meio de digital. Arquitetura. Atração de clientes através de conteúdo curto e sólido. Marketing de conteúdo. Formatos de conteúdo Redes sociais.

Engajamento e conteúdo. Técnicas e ferramentas para acessibilidade de conteúdo na rede. Indicadores de desempenho e medição do mesmo.

Cross Media

O digital que toma o lugar do impresso. A nuvem e sua importância no cross media. Transcodificação: Conceito e aplicabilidade. Exportação e importação de formatos digitais. Jornalismo colaborativo. Distribuição de conteúdo e redes de produção.

Professores

Douglas Gomides é professor de Tecnologia da Informação Aplicada à Educação no Descomplica, formado pela Universidade Federal de Ouro Preto, especializado em Digital Marketing na SureSkills na Irlanda e na University of Illinois, nos Estados Unidos. Já trabalhou com grandes clientes como Itambé, Ford, Sony e Fiat. É fundador do projeto "O que move o marketing" e também professor de outras instituições de ensino, como Ibmecc e Infnet.

Lisandro Gaertner é professor de Storytelling do Descomplica. É bacharel em psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, roteirista pela Escola de Cinema Darcy Ribeiro, especialista em aprendizagem e storytelling, e game designer. Implementa Projetos de Storytelling e Jogos Narrativos para Educação desde 1999 em grandes empresas como Petrobras, Vale, Embratel e em órgãos governamentais como a Polícia Civil do Rio de Janeiro.

Marcos Martins é professor no Descomplica. Bacharel em Engenharia Mecânica (UFRJ) e Corretor de Seguros (FUNENSEG). Especializado em Empreendedorismo pela UNCTAD/SEBRAE e pela BABSON College. É sócio-diretor da M11 Consultoria e Corretora de Seguros de Vida Ltda (2004-atual), que atua Seguros,

Consultoria e Treinamento. É professor no MBA Executivo no IBMEC (2004-atual) em disciplinas de Liderança, Gestão de Pessoas, Empreendedorismo, Inovação, Planos e Modelos de Negócios, é instrutor líder no SEBRAE para o Seminário EMPRETEC/UNCTAD/ONU (2001), e mentor do Insurtech Innovation Program da PUC-RIO em seguros e empreendedorismo. É voluntário na ONG Junior Achievement.

Gustavo Fernandes (Professor convidado) é professor do Descomplica. Diretor do Grupo JMN (CTG, Hoop Sports e Imaginar Content). Diretor geral do Colégio e Curso Intellectus. Bacharel em Marketing Estratégico e especialista em Gestão de Tempo e Produtividade.

Marcus Viana é professor do Descomplica. Profissional com vinte anos de atuação nas áreas de Marketing de Serviços e Comportamento do Consumidor em segmentos de comunicação e serviços, com experiência em consultoria / treinamento empresarial para empresas de todos os portes. Na área acadêmica há 18 anos, é mestre em Sistemas de Gestão da Qualidade pela UFF, especialista em Marketing Estratégico com habilitação para Docência Superior pela ESPM e bacharel em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda pela UGF. Coordenou cursos de graduação e pós graduação na área de Gestão e atualmente ministra aulas de Marketing para graduação e pós em instituições como Ibmecc, UERJ, UVA e UGF.

Rogério Ramalho mestre em Administração pela FGV, com extensão em Science and Research pela DUKE University - EUA, Pós-Graduado especialista em Gestão de CRM pela PUC-Rio e Bacharel em Administração de Empresas, possui experiência acadêmica e empresarial em diversos níveis estratégicos. Além da docência executiva, meu trabalho tangibiliza consultorias empresariais e pesquisa científica.

Gustavo Loureiro é professor no Descomplica. Possui mais de 10 anos de experiência atuando com marketing digital e e-commerce no mercado. Atua na gestão das mídias de performance em um e-commerce de cervejas artesanais. É mestre em administração e desenvolvimento de negócios pelo Mackenzie e possui experiência acadêmica de mais de 10 anos em cursos de extensão, graduação e especialização lato sensu.

Alvaro Barros Mestre em Engenharia na linha de modelagem computacional com ênfase em Inteligência Artificial, pós-graduado em Marketing e Graduado em Informática, ampla experiência nas áreas de negócio, tecnologia e marketing, tendo atuado como executivo em empresas brasileiras e multinacionais.

Fale conosco

Para maiores informações sobre o curso, entre em contato através do email pos@descomplica.com.br