

# Executive Master

## MBA em Marketing Digital

**M B A M D**



## Executive Master MBA em Marketing Digital

- » Idioma: Português
- » Modalidade: Online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: graduados e profissionais com experiência comprovada em áreas comerciais, vendas, marketing e similares.

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-marketing-digital](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-marketing-digital)

# Índice

01

Boas-vindas

---

*pág. 4*

02

Por que estudar na TECH?

---

*pág. 6*

03

Por que o nosso programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competências

---

*pág. 20*

06

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 24*

07

Metodologia

---

*pág. 36*

08

Perfil dos nossos alunos

---

*pág. 44*

09

Direção do curso

---

*pág. 48*

10

Impacto para a sua carreira

---

*pág. 52*

11

Benefícios para a sua empresa

---

*pág. 56*

12

Certificado

---

*pág. 60*

# 01

# Boas-vindas

O mundo digital ocasionou grandes mudanças na economia e na forma como os negócios são vistos e conduzidos, juntamente com o crescimento exponencial do comércio eletrônico. Empresas e organizações estão exigindo cada vez mais especialistas em marketing digital, um perfil profissional com conhecimentos, competências e habilidades para administrar e dirigir estratégias online com sucesso. Este MBA em Marketing Digital prepara o graduado para enfrentar desafios e decisões empresariais no âmbito do comércio eletrônico e gestão de marketing em ambientes digitais. Além disso, proporcionamos um conjunto exclusivo de recursos multimídia, em um formato de 10 *Masterclasses*. Estas aulas complementares, ministradas por um dos principais especialistas internacionais em Marketing Digital, proporcionarão ao empresário as habilidades fundamentais para obter excelentes resultados acadêmicos e sucesso profissional.



Executive Master em MBA em Marketing Digital.  
TECH Universidade Tecnológica



“

*Alcance o sucesso em sua carreira empresarial com a TECH! Você terá acesso a 10 Masterclasses exclusivas, elaboradas por um especialista em Marketing Digital reconhecido internacionalmente”*

02

# Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

*A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial"*

## Na TECH Universidade Tecnológica



### Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a tecnologia educacional mais recente com o máximo rigor acadêmico. Um método único, com o mais alto reconhecimento internacional, que proporcionará ao aluno os elementos-chave para se desenvolver em um mundo que está em constante mudança, onde a inovação deve ser a principal aposta de todos os empresários.

*“Caso de Sucesso Microsoft Europa”* por incorporar aos cursos um inovador sistema de multívideo interativo”



### Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

**95%**

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



### Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma grande rede de contatos que será útil para seu futuro.

**+100.000**

gerentes capacitados cada ano.

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

**+500**

Acordos de colaboração com as melhores empresas



### Talento

Nosso programa é uma proposta única para revelar seu talento no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócios.

A TECH contribui para que os alunos possam mostrar seu talento ao mundo ao finalizarem o programa de estudos.



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.



A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



### Análise

---

A TECH explora o lado crítico do aluno, sua capacidade de questionar as coisas, sua capacidade de resolução de problemas e suas habilidades interpessoais.



### Excelência acadêmica

---

A TECH oferece aos alunos a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



### Economia de escala

---

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Assim, garantimos aos alunos uma alternativa de capacitação não tão cara como as de outras universidades.



### Aprenda com os melhores

---

Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e que se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



*Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados do cenário acadêmico"*

03

# Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. Os alunos aprenderão com os melhores professores e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

*Contamos com o corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação de alto nível acadêmico”*

Este programa proporcionará uma infinidade de vantagens profissionais e pessoais, incluindo as seguintes:

01

### Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir nosso programa de estudos, você irá adquirir as habilidades necessárias para realizar uma mudança positiva na sua carreira em um curto período de tempo.

*70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança positiva na carreira em menos de 2 anos.*

02

### Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

*Nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.*

03

### Consolidar o conhecimento do aluno sobre alta gestão empresarial

Estudar na TECH significa abrir as portas para um cenário profissional de extrema importância onde os alunos poderão se posicionar como gestores de alto nível, tendo uma ampla visão do contexto internacional.

*Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.*

04

### Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

*45% dos alunos são promovidos dentro da empresa.*

05

### Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta os alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e vontade de crescer. Assim, poderão dividir parceiros, clientes ou fornecedores.

*Você encontrará uma rede de contatos essencial para seu desenvolvimento profissional.*

06

### Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno terá uma visão estratégica aprofundada que lhe ajudará a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

*20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.*

07

### Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos, além de melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

*Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsione a sua carreira.*

08

### Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

*Oferecemos a você a oportunidade de se capacitar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.*

# 04 Objetivos

Este programa foi desenhado para fortalecer as habilidades de gerenciamento e liderança, além de desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais em seu desenvolvimento profissional. Após o programa, você será capaz de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional.



“

*Desenvolva habilidades específicas para gerenciar estrategicamente o marketing digital e o comércio eletrônico de sua empresa”*

A TECH faz dos objetivos de seus alunos os seus próprios objetivos.  
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O Executive Master MBA em Marketing Digital lhe capacitará para:

01

Estruturar um modelo de negócios em torno do comércio eletrônico

04

Saber usar ferramentas de pesquisa quantitativa e qualitativa para lidar com ambientes digitais

02

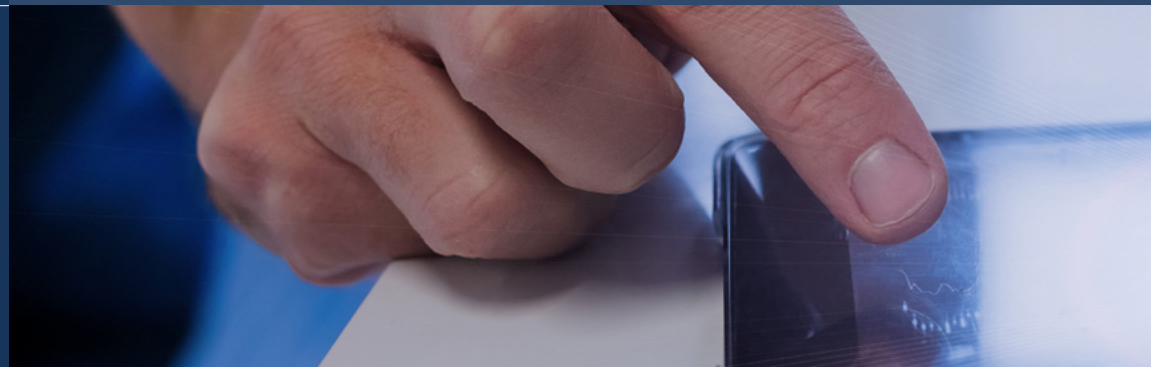
Compreender as estratégias de marketing que uma empresa deve implementar para se administrar em um ambiente competitivo

03

Descobrir novas ferramentas digitais para adquirir clientes e fortalecer sua marca

05

Desenvolver técnicas e estratégias no ambiente digital associadas ao marketing, vendas e comunicação para estabelecer canais de atração, captação e retenção de usuários





06

Realizar campanhas de inbound marketing que permitam a otimização do conteúdo destinado ao nosso mercado

08

Adquirir uma mentalidade inovadora para desenvolver estratégias adaptadas às necessidades do século XXI

09

Liderar com sucesso equipes de vendas e marketing parcialmente ou totalmente digitalizadas

07

Entender o novo paradigma da comunicação digital

10

Gerenciar fornecedores digitais de forma otimizada com a capacidade de escolher, controlar e exigir com eficiência



11

Desenvolver um plano de marketing digital sólido e abrangente para a organização

12

Ser capaz de desenvolver campanhas de mailing

13

Aplicar estratégias SEM e SEO nas estratégias de marketing





14

Utilizar as mídias sociais como um ativo nas campanhas de marketing

15

Entender como é realizado o processo global de comércio eletrônico e através de quais plataformas ele é gerenciado

16

Entender as principais tendências no uso do comércio eletrônico através de telefones celulares

05

# Competências

Após aprovar as avaliações do Executive Master MBA em Marketing Digital, o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma prática de qualidade e atualizada com base na metodologia didática mais inovadora



“

*Graças à realização deste programa, você poderá obter as habilidades necessárias para se desenvolver com sucesso na área de marketing digital e comércio eletrônico”*

01

Conhecer a fundo as mudanças nos gostos e métodos de compra dos consumidores e adaptar o negócio às suas necessidades

02

Elaborar um plano de marketing digital completo

03

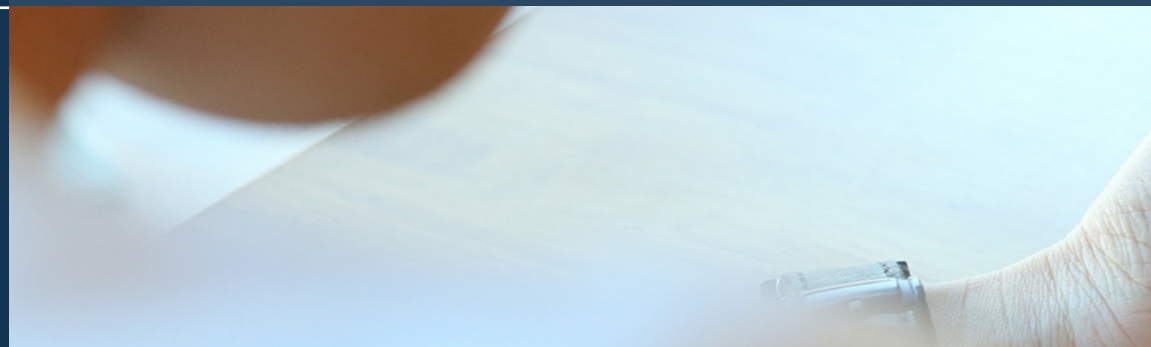
Desenvolver e liderar uma estratégia de Marketing Digital que permita o correto posicionamento da empresa em relação à concorrência

04

Aplicar ferramentas de pesquisa de mercado quantitativas e qualitativas

05

Conhecer as tendências do Marketing Digital e manter-se atualizado com as principais novidades neste campo

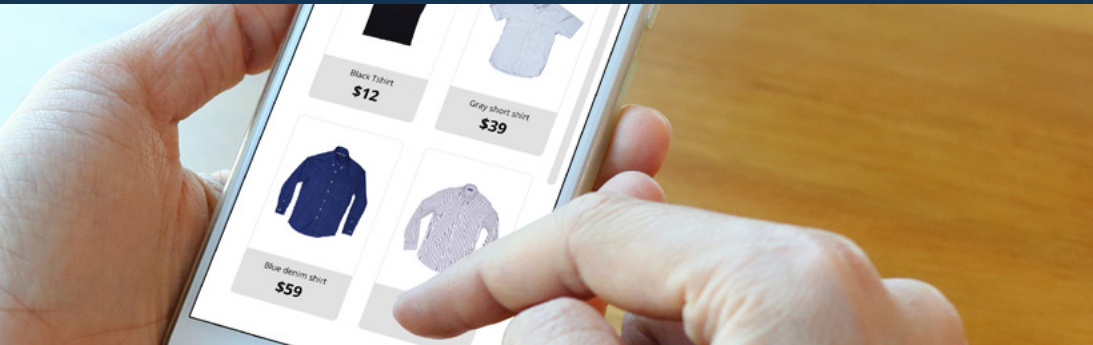


06

Aplicar ferramentas e estratégias de *inbound* Marketing

08

Realizar Web analytics, entender os resultados e usá-los para conduzir a campanha online da empresa



07

Utilizar as redes sociais como ferramentas essenciais para aumentar a consciência da marca

09

Definir e elaborar um plano de comunicação e Marketing nas mídias sociais

10

Conhecer de forma aprofundada as plataformas de comércio eletrônico, as principais técnicas nesta área e as operações logísticas necessárias, assim como outras informações específicas sobre este setor

06

# Estrutura e conteúdo

O Executive Master MBA em Marketing Digital é um programa feito sob medida ministrado em um formato 100% online para que você possa escolher a hora e o lugar que melhor se adapte à sua disponibilidade, aos seus horários e interesses.

Um programa de 12 meses que pretende ser uma experiência única e estimulante estabelecendo as bases de seu sucesso como gerente de comércio eletrônico ou e-commerce.





“

*As destrezas e habilidades que você ganha ao fazer um programa como este são fundamentais para seu desenvolvimento pessoal e profissional”*

## Plano de estudos

O MBA em Marketing Digital da TECH Global University é um programa intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e decisões empresariais na área do comércio eletrônico e gestão de marketing em ambientes digitais.

O conteúdo do MBA em Marketing Digital foi pensado para fomentar o desenvolvimento de habilidades gerenciais que permitem uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 2.700 horas de estudo, os alunos analisam inúmeros casos práticos através de trabalhos individuais e em grupo. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este Mestrado Próprio trata detalhadamente sobre o mundo digital, do marketing neste ambiente e da implementação do comércio eletrônico nas empresas, e foi desenvolvido para especializar diretores que entendem de marketing digital e e-commerce a partir de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano elaborado para você, focado no seu aperfeiçoamento profissional e que lhe prepara para alcançar a excelência no campo da gestão e do gerenciamento empresarial. Um programa que entende as suas necessidades e as da sua empresa, através de um conteúdo inovador baseado nas últimas tendências, apoiado pela melhor metodologia pedagógica e por uma faculdade excepcional, que lhe dará as habilidades para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Este Mestrado Próprio tem duração de 12 meses e é dividido em 4 blocos principais.

<b>Módulo 1</b>	Marketing digital e e-commerce
<b>Módulo 2</b>	Digital Marketing strategy
<b>Módulo 3</b>	Inbound Marketing
<b>Módulo 4</b>	Empreendedorismo
<b>Módulo 5</b>	Performance Marketing
<b>Módulo 6</b>	Marketing de busca e Search Engine Optimization (SEO)
<b>Módulo 7</b>	Search Engine Marketing (SEM)
<b>Módulo 8</b>	Otimização da conversão
<b>Módulo 9</b>	Social Media e Community Management
<b>Módulo 10</b>	Plataformas de comércio eletrônico
<b>Módulo 11</b>	Análise para mercadotecnia
<b>Módulo 12</b>	Marketing digital e e-commerce
<b>Módulo 13</b>	Mobile e-Commerce
<b>Módulo 14</b>	Comércio de dados
<b>Módulo 15</b>	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
<b>Módulo 16</b>	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
<b>Módulo 17</b>	Gestão Econômico-Financeira
<b>Módulo 18</b>	Gestão Executiva



### Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este MBA em Marketing Digital completamente online. Durante os 12 meses de capacitação, o aluno poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permite administrar o seu tempo de estudo.

*Uma experiência educacional  
única, chave e decisiva  
para impulsionar o seu  
desenvolvimento profissional  
e dar o salto definitivo.*

## Módulo 1. Marketing digital e e-commerce

### 1.1. Marketing digital e e-commerce

- 1.1.1. Economia digital e *sharing economy*
- 1.1.2. Tendências e mudanças sociais nos consumidores
- 1.1.3. Transformação digital de empresas tradicionais
- 1.1.4. Papel do *Chief Digital Officer*

### 1.2. Estratégia digital

- 1.2.1. Segmentação e posicionamento no contexto competitivo
- 1.2.2. Novas estratégias de marketing para produtos e serviços
- 1.2.3. *From Innovation to Cash Flow*

### 1.3. Estratégia tecnológica

- 1.3.1. Noções básicas de desenvolvimento web
- 1.3.2. *Hosting e cloud computing*
- 1.3.3. Gestores de Conteúdo
- 1.3.4. Formatos e meios digitais
- 1.3.5. Plataformas tecnológicas de e-commerce

### 1.4. Regulação digital

- 1.4.1. Política de privacidade e LOPD
- 1.4.2. Usurpação de perfis e seguidores falsos
- 1.4.3. Aspectos legais da área de marketing, publicidade e conteúdo digital

### 1.5. Pesquisa de mercado online

- 1.5.1. Ferramentas de pesquisa quantitativa em mercados online
- 1.5.2. Ferramentas de pesquisa qualitativa dinâmica do cliente

### 1.6. Agências, mídia e canais online

- 1.6.1. Agências integradas, criativas e online
- 1.6.2. Mídias tradicionais e novos meios
- 1.6.3. Canais online
- 1.6.4. Outros players digitais

## Módulo 2. Digital marketing strategy

### 2.1. Managing digital business

- 2.1.1. Estratégia competitiva diante do aumento da digitalização da mídia
- 2.1.2. Elaboração e criação de um plano de marketing digital
- 2.1.3. Planejamento e contratação de mídia digital
- 2.1.4. Análise do ROI em um plano de marketing digital

### 2.2. Marketing digital para fortalecer a marca

- 2.2.1. *Branded Content & Storytelling*
- 2.2.2. Hipersegmentação
- 2.2.3. Videomarketing
- 2.2.4. Social sales

### 2.3. Definir a estratégia de marketing digital

- 2.3.1. *Closed Loop Marketing*
- 2.3.2. *Continuous Loop Marketing*
- 2.3.3. *Multichannel Marketing*

### 2.4. Marketing Digital para atrair e fidelizar clientes

- 2.4.1. Hipersegmentação e Microlocalização
- 2.4.2. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 2.4.3. *Visitor Relationship Management*

### 2.5. Tendências em marketing digital

- 2.5.1. *Remarketing*
- 2.5.2. *Digital Neuromarketing*
- 2.5.3. *Avatar marketing*
- 2.5.4. *Bluecasting*

### 2.6. Gerenciamento de campanhas digitais

- 2.6.1. *Display advertising e rich media*
- 2.6.2. Campanhas multiplataforma, multissegmento e multi-personalização
- 2.6.3. Publicidade na televisão digital

### 2.7. Plano de marketing online

- 2.7.1. Pesquisa online
- 2.7.2. Criação do plano de marketing online
- 2.7.3. Configuração e ativação
- 2.7.4. Lançamento e gestão

### 2.8. Blended marketing

- 2.8.1. Integrando ações *on* e *off*
- 2.8.2. Personalizar e segmentar
- 2.8.3. Melhorar a experiência do usuário

**Módulo 3. Inbound marketing****3.1. Definição de Inbound marketing**

- 3.1.1. *Inbound marketing* efetivo
- 3.1.2. Benefícios do *inbound marketing*
- 3.1.3. Medir o sucesso de *inbound marketing*

**3.2. Pesquisa Target**

- 3.2.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* Pessoas
- 3.2.2. *Customer Journey Mapping*
- 3.2.3. *Content strategy*

**3.3. Otimização de conteúdos**

- 3.3.1. Otimização de conteúdo para motores de busca
- 3.3.2. Reciclagem e melhoria do conteúdo

**3.4. Geração de conteúdo**

- 3.4.1. *User & Brand Generated Content*
- 3.4.2. Oportunidade *Blogging*
- 3.4.3. Vídeo e outros formatos

**3.5. Dinamização de conteúdo**

- 3.5.1. *Influencers*
- 3.5.2. *Blogger outreach*
- 3.5.3. *Paid content seeding*

**3.6. Conversão**

- 3.6.1. *Lead capturing & CRO*
- 3.6.2. *Lead nurturing & Marketing automation*

**Módulo 4. Empreendedorismo****4.1. Metodologia de inovação e sociedade do conhecimento**

- 4.1.1. *Design Thinking*
- 4.1.2. A Estratégia do Oceano Azul
- 4.1.3. Inovação colaborativa
- 4.1.4. *Open innovation*

**4.2. Inteligência estratégica em inovação**

- 4.2.1. Vigilância tecnológica
- 4.2.2. Prospectiva tecnológica
- 4.2.3. *Coolhunting*

**4.3. Entrepreneurship & innovation**

- 4.3.1. Estratégias para encontrar oportunidades de negócio
- 4.3.2. Avaliação da viabilidade de novos projetos
- 4.3.3. *Innovation management systems*
- 4.3.4. Habilidades *soft* de um empreendedor

**4.4. Project Management**

- 4.4.1. *Agile Development*
- 4.4.2. *Lean Management* em Startups
- 4.4.3. *Project tracking and project steering*

**4.5. Business plan**

- 4.5.1. *Business plan* na era digital
- 4.5.2. *Value Proposition Model*

**4.6. Financiamento de startups**

- 4.6.1. Fase de *Seed*: FFF e Subvenções
- 4.6.2. Fase de *Startup*: *Business Angels*
- 4.6.3. Fase de *Growth*: *Venture Capital*
- 4.6.4. Fase de Consolidação: IPO

## Módulo 5. Performance marketing

### 5.1. *Permission marketing*

- 5.1.1. Como obter a permissão do usuário?
- 5.1.2. Personalização da mensagem
- 5.1.3. Confirmação de e-mail ou *Double Opt-in*

### 5.2. Estratégia e técnicas de desempenho

- 5.2.1. *Performance Marketing*: resultados
- 5.2.2. Mix de meios digitais
- 5.2.3. A importância do funil

### 5.3. Marketing programático e RTB

- 5.3.1. RTB: planejamento e lance em tempo real
- 5.3.2. Ecossistema de mídia programática
- 5.3.3. Como integrar RTB ao mix de mídia?
- 5.3.4. Chaves de RTB nos diferentes dispositivos

### 5.4. Desenvolvimento de campanhas de afiliação

- 5.4.1. Agências e programas de afiliados
- 5.4.2. *Postview*
- 5.4.3. *Elaboração de programas de afiliados*

### 5.5. Lançamento de um programa de afiliados

- 5.5.1. Redes de afiliação e afiliação direta
- 5.5.2. Acompanhamento e análise dos resultados
- 5.5.3. Controle de fraude

### 5.6. Desenvolvimento de campanhas de mailing

- 5.6.1. Elaboração de campanhas de *E-mail marketing*
- 5.6.2. *E-mail marketing*
- 5.6.3. Listas de assinantes, leads e clientes

### 5.7. Ferramentas e recursos de e-mail marketing

- 5.7.1. Acumbamail
- 5.7.2. *Mailchimp*
- 5.7.3. Modelos
- 5.7.4. *Inbox Inspection*

### 5.8. Redação online para campanhas de e-mail marketing

- 5.8.1. Como criar bons títulos?
- 5.8.2. Escrever conteúdos para *newsletters*
- 5.8.3. As chamadas para ação em *newsletters*

### 5.9. Display e otimização de campanhas

- 5.9.1. Publicidade, comunicação persuasiva
- 5.9.2. *Behavioral Targeting, Retargeting, Remessaging*
- 5.9.3. Afiliação
- 5.9.4. Preparação de campanhas

### 5.10. Métricas de e-mail marketing

- 5.10.1. Métricas de listas
- 5.10.2. Métricas de envio de newsletter
- 5.10.3. Métricas de conversão

## Módulo 6. Marketing de busca e Search Engine Optimization (SEO)

### 6.1. Funcionamento dos mecanismos de busca

- 6.1.1. Indicadores e índices
- 6.1.2. Algoritmos
- 6.1.3. SEO e branding corporativo

### 6.2. Variáveis fundamentais SEO

- 6.2.1. Indexabilidade
- 6.2.2. Conteúdo
- 6.2.3. Popularidade

### 6.3. Análise SEO

- 6.3.1. Determinação de KPI
- 6.3.2. Geração de *scripts* e alertas
- 6.3.3. Otimização de imagens, vídeos e outros elementos

### 6.4. *Linkbuilding*

- 6.4.1. Formas de fazer *linkbuilding* efetivo
- 6.4.2. *Link baiting*
- 6.4.3. Auditorias de links
- 6.4.4. Penalidades

### 6.5. App store optimization

- 6.5.1. *App Indexing*
- 6.5.2. Visibilidade das apps nos motores de busca
- 6.5.3. Medindo a visibilidade dos aplicativos dos mecanismos de busca

### 6.6. SEO técnico

- 6.6.1. *Web Performance Optimization*
- 6.6.2. *Real Time* e conteúdo
- 6.6.3. Etiquetas e *headers* relevantes
- 6.6.4. Técnicas avançadas de WPO

### 6.7. SEO e e-commerce

- 6.7.1. *Conversion Rate Optimization*
- 6.7.2. *Google Webmaster Tools*
- 6.7.3. *Social Proof* e viralização
- 6.7.4. Navegação e indexabilidade

### 6.8. Integração ao plano de marketing online

- 6.8.1. Métricas e impacto
- 6.8.2. *Web analytics*
- 6.8.3. Outras ferramentas de acompanhamento

**Módulo 7. Search engine marketing (SEM)****7.1. Keyword hunting para SEM**

- 7.1.1. *Adwords Keyword Tool*
- 7.1.2. *Google Suggest*
- 7.1.3. *Insights for Search*
- 7.1.4. *Google Trends*

**7.2. SEM e Google Adwords**

- 7.2.1. *Google Shopping*
- 7.2.2. *Google Display Network*
- 7.2.3. *Google AdWords Mobile*
- 7.2.4. *Publicidade no YouTube*

**7.3. Google products**

- 7.3.1. *Google Products* integrado em AdWords
- 7.3.2. *Product Extensions x product Ads*
- 7.3.3. *Google Shopping e Local*
- 7.3.4. *Google Merchant*

**7.4. Pay per clic e SEM**

- 7.4.1. *Search e Display*
- 7.4.2. *Criação de Campanhas PPC*
- 7.4.3. *Tracking de Conversões*

**7.5. Facebook Ads**

- 7.5.1. *Anúncios de PPC/PPF (pay per fan)*
- 7.5.2. *Facebook Ads criação*
- 7.5.3. *Facebook Power Editor*
- 7.5.4. *Otimização de campanhas*

**7.6. Outras plataformas PPC**

- 7.6.1. *Twitter Ads*
- 7.6.2. *LinkedIn*
- 7.6.3. *Baldu*
- 7.6.4. *Yandex*

**7.7. Estratégia em SEM**

- 7.7.1. *Quality score*
- 7.7.2. *Lances CPC*
- 7.7.3. *Site links*

**7.8. Medição em SEM**

- 7.8.1. *KPI's*
- 7.8.2. *Impressões, cliques e conversões*
- 7.8.3. *Revenue, ROI, CPA*

**Módulo 8. Otimização da conversão****8.1. Introdução à *Conversion rate optimization***

- 8.1.1. *Ciclo de compra e elementos de comportamento online*
- 8.1.2. *Fundamentos de Neuromarketing*
- 8.1.3. *Usabilidade x persuasão*

**8.2. Metodologia de CRO**

- 8.2.1. *Método científico*
- 8.2.2. *Pirâmide de conversão*
- 8.2.3. *O Processo de CRO*

**8.3. Análítica web e CRO**

- 8.3.1. *Análise qualitativa*
- 8.3.2. *Análise de comportamento*
- 8.3.3. *Objetivos de negócio e do usuário*

**8.4. *User experience e conversion rate optimization***

- 8.4.1. *Lean e experiência de usuário*
- 8.4.2. *Wireframing*
- 8.4.3. *Copy persuasivo*

**8.5. Psicologia e CRO**

- 8.5.1. *Neuromarketing*
- 8.5.2. *Web design e neuromarketing*
- 8.5.3. *Aprendizagem, memória e emoções*

**8.6. Economia comportamental**

- 8.6.1. *Fatores de decisão*
- 8.6.2. *Motivação e ancoragem*
- 8.6.3. *O papel do inconsciente*

**8.7. Experiência em CRO**

- 8.7.1. *A/B x multivariados*
- 8.7.2. *Ferramentas de testing*
- 8.7.3. *Implementação e execução*

**8.8. CRO em e-commerce**

- 8.8.1. *e-commerce e CRO*
- 8.8.2. *O funil de e-commerce*
- 8.8.3. *Processos para otimizar*

## Módulo 9. Social Media e Community Management

### 9.1. Web 2.0 ou web social

- 9.1.1. Organização na era da conversação
- 9.1.2. A web 2.0 são pessoas
- 9.1.3. Novos ambientes, novos conteúdos

### 9.2. Comunicação e reputação digital

- 9.2.1. Gestão de crises e reputação corporativa online
- 9.2.2. Relatório de reputação online
- 9.2.3. Netiqueta e boas práticas em redes sociais
- 9.2.4. *Branding e networking 2.0*

### 9.3. Plataformas generalistas, profissionais e microblogging

- 9.3.1. Facebook
- 9.3.2. LinkedIn
- 9.3.3. Twitter

### 9.4. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade

- 9.4.1. YouTube
- 9.4.2. Instagram
- 9.4.3. Flickr
- 9.4.4. Vimeo
- 9.4.5. Pinterest

### 9.5. Blogging corporativo

- 9.5.1. Como criar um blog?
- 9.5.2. Estratégia de marketing de conteúdo
- 9.5.3. Como criar um plano de conteúdo para seu blog?
- 9.5.4. Estratégia de curadoria de conteúdo

### 9.6. Estratégias em social media

- 9.6.1. O plano de comunicação corporativa 2.0
- 9.6.2. Relações públicas corporativas e social media
- 9.6.3. Análise e avaliação dos resultados

### 9.7. Community management

- 9.7.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *community manager*
- 9.7.2. *Social Media Manager*
- 9.7.3. *Social Media Strategist*

### 9.8. Social Media Plan

- 9.8.1. Elaboração de um plano de social media
- 9.8.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
- 9.8.3. Protocolo de contingência em caso de crise

## Módulo 10. Plataformas de comércio eletrônico

### 10.1. Digital e-commerce management

- 10.1.1. Novos modelos de negócios e-commerce
- 10.1.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrônico
- 10.1.3. Estrutura tecnológica em e-commerce

### 10.2. Operações e logística no comércio eletrônico

- 10.2.1. Como gerenciar o fulfillment?
- 10.2.2. Gestão digital do ponto de venda
- 10.2.3. *Contact center management*
- 10.2.4. Automação na gestão e acompanhamento de processos

### 10.3. Implementando técnicas de e-commerce

- 10.3.1. Mídia social e integração no plano de comércio eletrônico
- 10.3.2. Estratégia multichannel
- 10.3.3. Personalização de *dashboards*

### 10.4. Digital pricing

- 10.4.1. Métodos e gateways de pagamento online
- 10.4.2. Promoções eletrônicas
- 10.4.3. Temporizador digital de preços
- 10.4.4. *e-Auctions*

### 10.5. Passando do e-Commerce ao m-Commerce e s-Commerce

- 10.5.1. Modelos de negócio dos e-marketplaces
- 10.5.2. s-commerce e experiência de marca
- 10.5.3. Compras através de dispositivos móveis

### 10.6. Customer intelligence: do e-CRM ao s-CRM

- 10.6.1. Integração do consumidor na cadeia de valor
- 10.6.2. Técnicas de pesquisa e fidelização online
- 10.6.3. Planejamento de uma estratégia de gestão de relacionamento com o cliente

### 10.7. Trade marketing digital

- 10.7.1. *Cross merchandising*
- 10.7.2. Elaboração e gestão da campanhas em Facebook Ads
- 10.7.3. Elaboração e gestão da campanhas em Google Adwords

### 10.8. Marketing online para e-commerce

- 10.8.1. *Inbound Marketing*
- 10.8.2. Display e compra programática
- 10.8.3. Plano de Comunicação



**Módulo 11. Análise para mercadotecnia****11.1. Análise web**

- 11.1.1. Fundamentos de Web Analytics
- 11.1.2. Meios clássicos x digitais
- 11.1.3. Metodologia de base do Web Analytics

**11.2. Google analytics**

- 11.2.1. Configuração de uma conta
- 11.2.2. Tracking API Javascript
- 11.2.3. Relatórios e segmentos personalizados

**11.3. Análise qualitativa**

- 11.3.1. Técnicas de pesquisa aplicadas na análise web
- 11.3.2. Customer journey
- 11.3.3. Purchase funnel

**11.4. Métricas digitais**

- 11.4.1. Métricas básicas
- 11.4.2. Índices
- 11.4.3. Definição de objetivos e KPIs

**11.5. Captação e marketing analytics**

- 11.5.1. ROI
- 11.5.2. ROAS
- 11.5.3. CLV

**11.6. Áreas de análise de uma estratégia**

- 11.6.1. Captação de tráfego
- 11.6.2. Ativação
- 11.6.3. Conversão
- 11.6.4. Fidelização

**11.7. Data Science & Big Data**

- 11.7.1. Business Intelligence
- 11.7.2. Metodologia e análise de grandes volumes de dados
- 11.7.3. Extração, processamento e carregamento de dados

**11.8. Application Programming Interface (API)**

- 11.8.1. APIs e Google Analytics
- 11.8.2. Query Explorer
- 11.8.3. Supermetrics Functions

**11.9. Visualização de dados**

- 11.9.1. Visualização e interpretação de dashboards
- 11.9.2. Transformação de dados em valor
- 11.9.3. Integração de fontes
- 11.9.4. Apresentação de relatórios

**11.10. Ferramentas de Web Analytics**

- 11.10.1. Base tecnológica de uma ferramenta AW
- 11.10.2. Logs e Tags
- 11.10.3. Etiquetagem básica e adhoc

**Módulo 12. Marketing digital e e-commerce****12.1. UX Design**

- 12.1.1. Arquitetura da informação
- 12.1.2. SEO e analítica para UX
- 12.1.3. *Landing pages*

**12.2. Termos técnicos de design UX**

- 12.2.1. Wireframe e componentes
- 12.2.2. Padrão de interação e fluxo de navegação
- 12.2.3. Perfil do usuário
- 12.2.4. Processo e funil de processo

**12.3. Pesquisa**

- 12.3.1. Pesquisa em projetos de design de interface
- 12.3.2. Abordagem qualitativa e quantitativa
- 12.3.3. Comunicar os resultados da pesquisa

**12.4. Digital design**

- 12.4.1. Protótipo digital
- 12.4.2. Axure e Responsive
- 12.4.3. Design de interação e projeto visual

**12.5. User experience**

- 12.5.1. Metodologia de design centrado no usuário
- 12.5.2. Técnicas de pesquisa de usuário
- 12.5.3. Envolver o cliente no processo
- 12.5.4. Shopping experience management

**12.6. Elaborando a estratégia de experiência do usuário**

- 12.6.1. Árvores de conteúdo
- 12.6.2. Wireframes de alta fidelidade
- 12.6.3. Mapas de componentes
- 12.6.4. Guias de usabilidade

**12.7. Avaliação da usabilidade**

- 12.7.1. Técnicas de avaliação de usabilidade
- 12.7.2. Visualização de dados
- 12.7.3. Apresentação dos dados

**12.8. Customer value & customer experience management**

- 12.8.1. Uso de narrativas e storytelling
- 12.8.2. O Co-Marketing como estratégia
- 12.8.3. Gestão de Content Marketing
- 12.8.4. O retorno sobre o investimento da gestão da experiência do cliente

## Módulo 13. Mobile e-Commerce

### 13.1. Mobile marketing

- 13.1.1. Novos hábitos de consumo e mobilidade
- 13.1.2. Modelo SoLoMo
- 13.1.3. Os 4 Ps do Marketing Mix em mobilidade

### 13.2. Tecnologia móvel

- 13.2.1. Operadoras móveis
- 13.2.2. Dispositivos móveis e sistemas operacionais
- 13.2.3. Aplicativos móveis e web apps
- 13.2.4. Sensores e integração com o mundo físico

### 13.3. Tendências em mobile marketing

- 13.3.1. Mobile publishing
- 13.3.2. Advergaming e Gamification
- 13.3.3. Localização geográfica móvel
- 13.3.4. Realidade aumentada

### 13.4. Comportamento dos usuários móveis

- 13.4.1. Novos hábitos de busca em dispositivos móveis
- 13.4.2. Multi-Screen
- 13.4.3. Celular como condutor de compras
- 13.4.4. ASO, captação e fidelização de usuários móveis

### 13.5. Interface do usuário e experiência de compra

- 13.5.1. Regras e plataformas de m-commerce
- 13.5.2. Omnichannel
- 13.5.3. Mobile & Proximity Marketing
- 13.5.4. Lacuna entre consumidor e anunciante
- 13.5.5. Gestores de conteúdo em mobile commerce

### 13.6. Apps e compras

- 13.6.1. Desenvolvendo Apps Mobile Commerce
- 13.6.2. Apps store
- 13.6.3. App marketing para fidelização de clientes
- 13.6.4. App marketing para comércio eletrônico

### 13.7. Pagamentos móveis

- 13.7.1. Cadeia de valor e modelos de negócio dos métodos de pagamento móveis
- 13.7.2. Chaves para melhorar o UX para pagamento móvel
- 13.7.3. Estratégias para o posicionamento no mercado de pagamentos móveis
- 13.7.4. Gestão de fraudes

### 13.8. Análise móvel

- 13.8.1. Metodologias de medição e análise móvel
- 13.8.2. Métricas em Mobile: principais KPIs
- 13.8.3. Análise de rentabilidade
- 13.8.4. *Mobile analytics*

### 13.9. Mobile commerce

- 13.9.1. Serviços
- 13.9.2. Aplicações
- 13.9.3. Mobile social shopping

### 13.10. Mobile social media applications

- 13.10.1. Integração móvel nas redes sociais
- 13.10.2. Mobilidade, relacionamento, ubiquidade e publicidade
- 13.10.3. Facebook Places
- 13.10.4. Geolocalização, diretórios móveis, recomendações online e compras

## Módulo 14. Comércio de dados

### 14.1. Data Science and Big Data

- 14.1.1. Impacto de Big Data e Data Science na estratégia de negócios
- 14.1.2. Introdução à Command Line
- 14.1.3. Problemas e soluções de Data Science

### 14.2. Linguagens para Data hacking

- 14.2.1. Bases de dados SQL
- 14.2.2. Introdução à Python
- 14.2.3. Programação em R

### 14.3. Estatística

- 14.3.1. Introdução à estatística
- 14.3.2. Regressão linear e logística
- 14.3.3. PCA e clustering

### 14.4. Machine learning

- 14.4.1. Seleção de modelos e regularização
- 14.4.2. Árvores e florestas aleatórias
- 14.4.3. Processamento de linguagem natural

### 14.5. Big Data

- 14.5.1. Hadoop
- 14.5.2. Spark
- 14.5.3. Sistemas de recomendação e filtragem colaborativos

### 14.6. Casos de sucesso em Data Science

- 14.6.1. Segmentação de clientes usando o modelo RFM
- 14.6.2. Aplicação de Design of Experiments
- 14.6.3. Supply Chain Value: Forecasting
- 14.6.4. Business Intelligence

### 14.7. Arquiteturas híbridas em Big Data

- 14.7.1. Arquitetura Lambda
- 14.7.2. Arquitetura Kappa
- 14.7.3. Apache Flink e implementações práticas
- 14.7.4. Amazon Web Services

### 14.8. Big Data na nuvem

- 14.8.1. AWS: Kinesis
- 14.8.2. AWS: DynamoDB
- 14.8.3. Google Cloud Computing
- 14.8.4. Google BigQuery

**Módulo 15. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa****15.1. Globalização e Governança**

- 15.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 15.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
- 15.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa

**15.2. Liderança**

- 15.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
- 15.2.2. Liderança nas Empresas
- 15.2.3. A importância do líder na direção de empresas

**15.3. Cross Cultural Management**

- 15.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
- 15.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
- 15.3.3. Gestão de Diversidade

**15.4. Desenvolvimento de gestão e liderança**

- 15.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
- 15.4.2. Conceito de liderança
- 15.4.3. Teorias de liderança
- 15.4.4. Estilos de liderança
- 15.4.5. Inteligência na liderança
- 15.4.6. Os desafios da liderança atualmente

**15.5. Ética empresarial**

- 15.5.1. Ética e moral
- 15.5.2. Ética empresarial
- 15.5.3. Liderança e ética nas empresas

**15.6. Sustentabilidade**

- 15.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 15.6.2. Agenda 2030
- 15.6.3. Empresas Sustentáveis

**15.7. Responsabilidade Social da Empresa**

- 15.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 15.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 15.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

**15.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável**

- 15.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 15.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável

- 15.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa

- 15.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

**15.9. Multinacionais e direitos humanos**

- 15.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 15.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 15.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

**15.10. Entorno legal e *Corporate Governance***

- 15.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 15.10.2. Propriedade intelectual e industrial
- 15.10.3. Direito Internacional do Trabalho

**Módulo 16. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos****16.1. Gestão estratégica de pessoas**

- 16.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
- 16.1.2. Gestão estratégica de pessoas

**16.2. Gestão de recursos humanos por competências**

- 16.2.1. Análise do potencial
- 16.2.2. Política de remuneração
- 16.2.3. Planos de carreira/sucessão

**16.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho**

- 16.3.1. Gestão de desempenho
- 16.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo

**16.4. Inovação na gestão do talento e das pessoas**

- 16.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
- 16.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
- 16.4.3. Lealdade e retenção
- 16.4.4. Proatividade e inovação

### 16.5. Motivação

- 16.5.1. A natureza da motivação
- 16.5.2. Teoria das expectativas
- 16.5.3. Teorias de necessidades
- 16.5.4. Motivação e compensação financeira

### 16.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho

- 16.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
- 16.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

### 16.7. Gestão de mudanças

- 16.7.1. Gestão de mudanças
- 16.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
- 16.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

### 16.8. Negociação e gestão de conflitos

- 16.8.1. Negociação
- 16.8.2. Gestão de conflitos
- 16.8.3. Gestão de crises

### 16.9. Comunicação gerencial

- 16.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
- 16.9.2. Departamento de Comunicação
- 16.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)

### 16.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos

- 16.10.1. Produtividade
- 16.10.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

## Módulo 17. Gestão Econômico-Financeira

### 17.1. Ambiente Econômico

- 17.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
- 17.1.2. Instituições financeiras
- 17.1.3. Mercados financeiros
- 17.1.4. Ativos financeiros
- 17.1.5. Outras entidades do setor financeiro

### 17.2. Contabilidade Gerencial

- 17.2.1. Conceitos básicos
- 17.2.2. O Ativo da empresa
- 17.2.3. O Passivo da empresa
- 17.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
- 17.2.5. A Demonstração de Resultados

### 17.3. Sistemas de informação e Business Intelligence

- 17.3.1. Fundamentos e classificação
- 17.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
- 17.3.3. Escolha do centro de custo e efeito

### 17.4. Orçamento e Controle de Gestão

- 17.4.1. O modelo orçamentário
- 17.4.2. O orçamento de capital
- 17.4.3. O orçamento operacional
- 17.4.5. Orçamento de Tesouraria
- 17.4.6. Controle orçamentário

### 17.5. Gestão Financeira

- 17.5.1. As decisões financeiras da empresa
- 17.5.2. O departamento financeiro
- 17.5.3. Excedentes de tesouraria
- 17.5.4. Riscos associados à gestão financeira
- 17.5.5. Gestão de riscos na direção financeira

### 17.6. Planejamento Financeiro

- 17.6.1. Definição do planejamento financeiro
- 17.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
- 17.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
- 17.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
- 17.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante

### 17.7. Estratégia Financeira Corporativa

- 17.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
- 17.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial

### 17.8. Financiamento Estratégico

- 17.8.1. Autofinanciamento
- 17.8.2. Aumento de fundos próprios
- 17.8.3. Recursos Híbridos
- 17.8.4. Financiamento por meio de intermediários

### 17.9. Análise e planejamento financeiro

- 17.9.1. Análise de Balanço de Situação
- 17.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
- 17.9.3. Análise de Rentabilidade

### 17.10. Análise e resolução de casos/ problemas

- 17.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

**Módulo 18. Gestão Executiva****18.1. Management**

- 18.1.1. Conceito de Geral Management
- 18.1.2. A ação do gerente geral
- 18.1.3. O Gerente Geral e suas funções
- 18.1.4. Transformando o trabalho de gestão

**18.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens**

- 18.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

**10.3. Gestão operacional**

- 18.3.1. Importância da gestão
- 18.3.2. A cadeia de valor
- 18.3.3. Gestão de Qualidade

**18.4. Oratória e capacitação do porta-voz**

- 18.4.1. Comunicação interpessoal
- 18.4.2. Habilidades de comunicação e influência
- 18.4.3. Obstáculos à comunicação

**18.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais**

- 18.5.1. A comunicação interpessoal
- 18.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 18.5.3. A comunicação na organização
- 18.5.4. Ferramentas na organização

**18.6. Comunicação em situações de crise**

- 18.6.1. Crise
- 18.6.2. Fases da crise
- 18.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos

**18.7. Preparando um plano de crise**

- 18.7.1. Análise de problemas potenciais
- 18.7.2. Planejamento
- 18.7.3. Adequação de pessoal

**18.8. Inteligência emocional**

- 18.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 18.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 18.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

**18.9. Branding pessoal**

- 18.9.1. Estratégias para o branding pessoal
- 18.9.2. Leis de branding pessoal
- 18.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

**18.10. Liderança e gestão de equipes**

- 18.10.1. Liderança e estilos de liderança
- 18.10.2. Competências e desafios do líder
- 18.10.3. Gestão de processos de Mudança
- 18.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais

07

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e é considerado um dos mais eficazes pelas principais revistas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que tem provado sua enorme eficácia, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do mundo”.*



*Nosso programa lhe prepara para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e alcançar o sucesso do seu negócios.*





*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.*

## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa TECH é um programa de capacitação intensivo, criado do zero para oferecer aos gerentes desafios e decisões comerciais do mais alto nível, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, a técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

**“** *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes reais de negócios”.*

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias e decisões.

## Metodologia Relearning

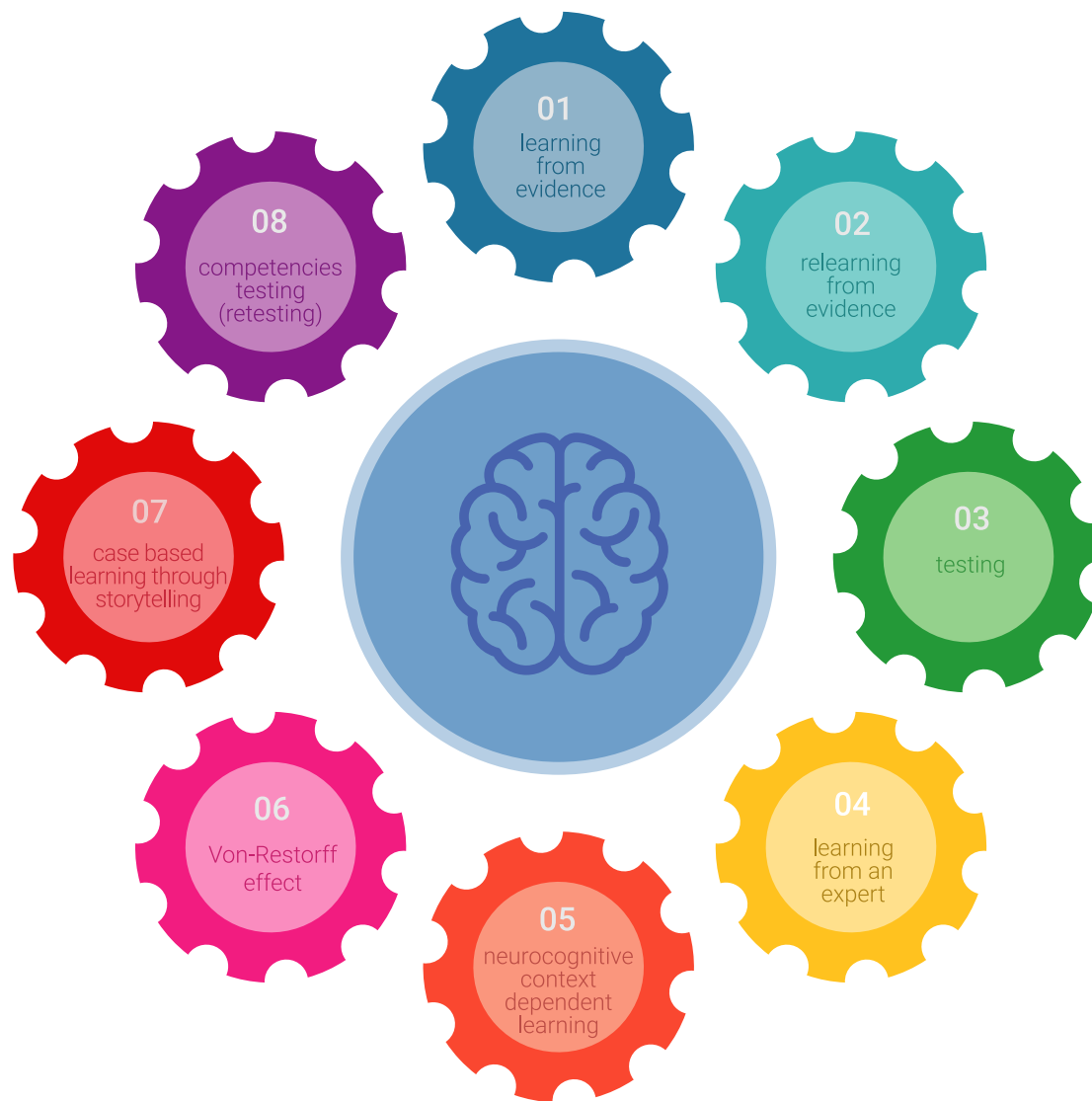
A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando diferentes elementos didáticos em cada lição.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com conexão à Internet.*

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda projetada para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é a única de língua espanhola autorizada a utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

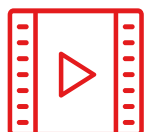
*O Relearning Ihe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo você se envolver mais na sua especialização, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.*

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos de nosso programa estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



#### Estágio de habilidades de gestão

Você realizará atividades para desenvolver competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e habilidades que um gerente de alto nível precisa desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



#### Leitura complementar

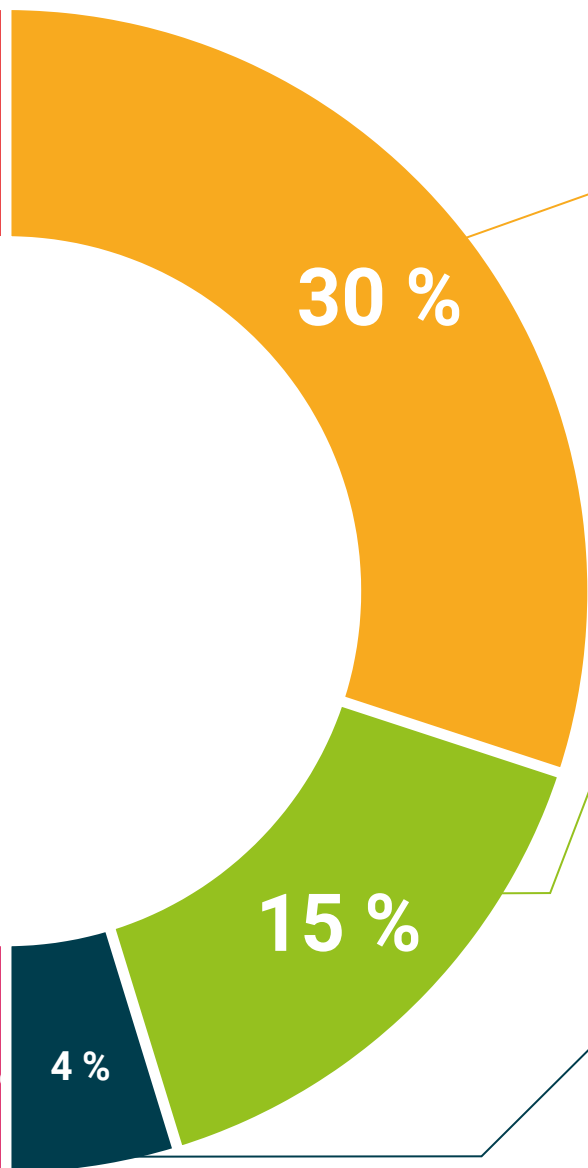
Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.

30 %

10 %

8 %

3 %



#### **Estudos de caso**

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta administração no cenário internacional.



#### **Resumos interativos**

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



#### **Testing & Retesting**

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



08

# Perfil dos nossos alunos

O MBA em Marketing Digital é um programa destinado a profissionais de vendas e marketing que desejam atualizar seus conhecimentos, descobrir novas formas de venda, entender o mercado digital, desenvolver técnicas para fidelizar clientes e gerenciar equipes de vendas em ambientes online, bem como avançar em sua carreira profissional.



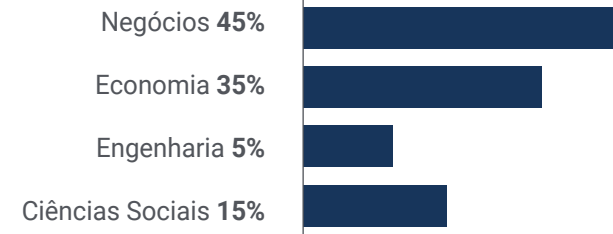
“

*Se você tem experiência em marketing e comércio eletrônico e deseja continuar se especializando nesta área, não pense duas vezes e se junte à TECH”*

### Média de idade

Entre **35** e **45** anos

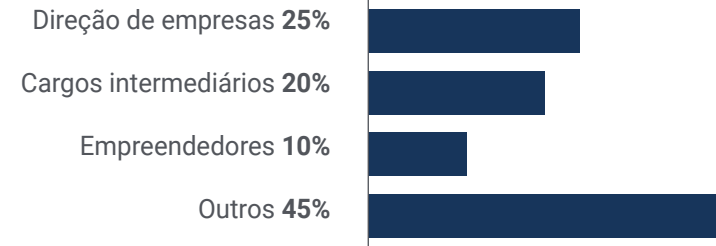
### Formação



### Anos de experiência

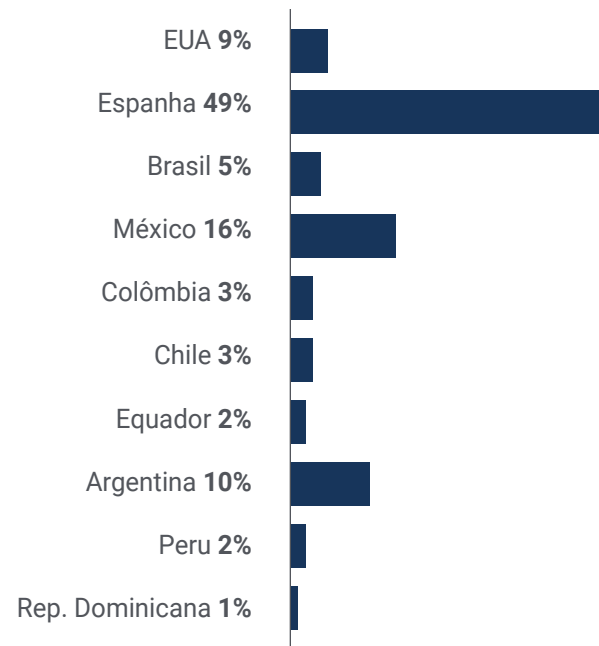


### Perfil acadêmico





## Distribuição geográfica



## Miriam Díaz

Social Media & Manager

*"Deste Executive Master eu gostaria de destacar a capacidade dos professores de transmitir e compartilhar conhecimentos de uma maneira simples, precisa e organizada. Com o equilíbrio alcançado entre teoria e prática, o aluno acaba adquirindo as ferramentas fundamentais para aplicar em seu dia a dia. É certamente um investimento econômico em educação que pode trazer grandes benefícios a curto prazo"*

09

# Direção do curso

Todos os docentes selecionados pela TECH para este programa possuem ampla experiência na indústria do Marketing e se mantêm atualizados com as últimas tendências do setor. Além disso, contam com uma rede de contatos e colaborações em algumas das empresas mais bem-sucedidas do mercado, que implementam recursos de vanguarda e metodologias digitais disruptivas em suas estratégias. Desta forma, os diretores que se formarem nesta capacitação terão as aptidões e conhecimentos imprescindíveis para enfrentar desafios e aplicar as principais novidades deste campo em sua liderança cotidiana.



“

*Aproveite esta oportunidade acadêmica para expandir suas habilidades de liderança com os melhores executivos de Marketing Digital”*

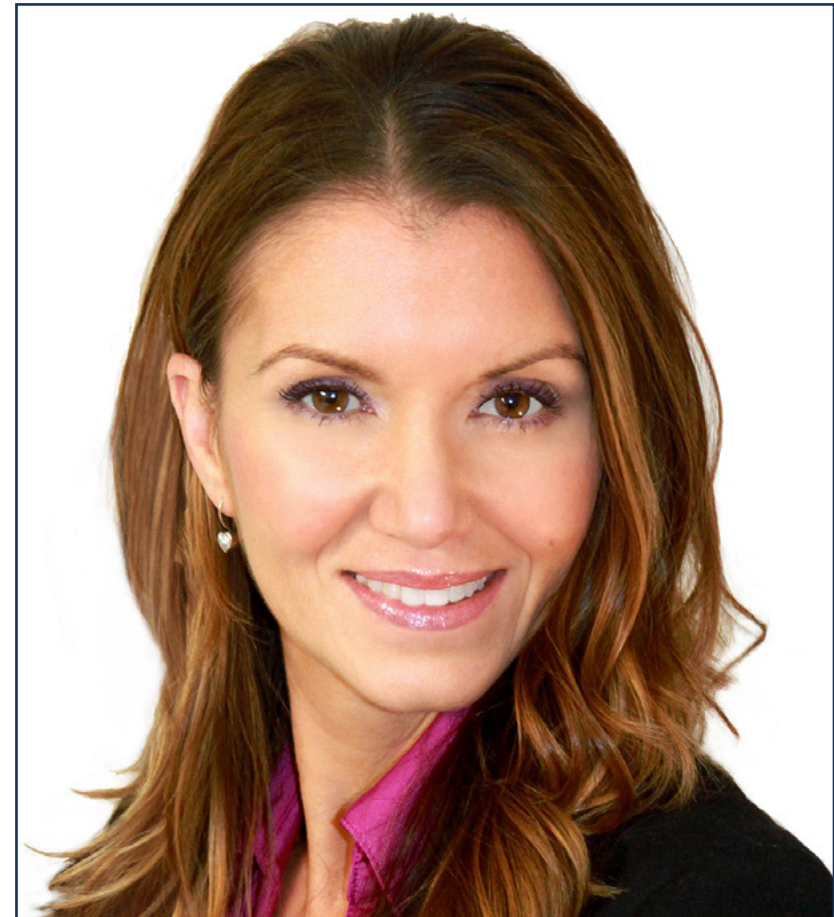
## Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista **Fortune 50**, como **NBC Universal** e **Comcast**. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos** na **Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas** e de **alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de **Miami**, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



## Sra. Jennifer Dove

---

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

*Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”*

## Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



## Sr. Rick Gauthier

---

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

*Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”*

## Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes e no mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e liderou **equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT e o Salesforce**.





## Sr. Romi Arman

---

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



*Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"*

## Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de Gerente Global de Compras na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a integridade de dados mestres, as atualizações de dados de fornecedores e priorização desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo marketing, análise de mídia, mensuração e atribuição. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o Prêmio de Liderança BIM, o Prêmio de Liderança em Pesquisa, o Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação e o Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como Gerente de Vendas em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como Analista Sênior da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da construção de relações valiosas com os clientes e trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



## Sr. Manuel Arens

---

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha

“

*Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de prestígio internacional na área”*

## Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um **impacto significativo** no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados desse executivo de **alto perfil internacional** estão ligados à sua comprovada capacidade de **sintetizar informações** em estruturas claras e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **empresariais específicos**. Além disso, é reconhecido por sua **proatividade** e **adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Este especialista também possui uma **forte consciência comercial**, **visão de mercado** e uma **verdadeira paixão pelos produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** na **Giorgio Armani**, supervisionou diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no **varejo** e nas **necessidades e comportamentos dos consumidores**. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipe** nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como **Calvin Klein** e **Gruppo Coin**, empreendeu projetos para impulsionar a **estrutura**, o **desenvolvimento** e a **comercialização** de **diferentes coleções**. Também criou **calendários eficazes** para **campanhas** de compra e venda, para campanhas gerenciando **termos, custos, processos e prazos de entrega** de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos** no setor da **Moda e Luxo**, com uma alta capacidade de implementação eficaz do **posicionamento positivo** de **diferentes marcas** e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



## Sr. Andrea La Sala

---

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"*

## Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações e gerar ações concretas** a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



## Sr. Mick Gram

---

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague



*Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional"*

## Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial nos negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.





## Sr. Scott Stevenson

---

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

*Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem”*

## Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito **esportivo internacional**, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua **liderança estratégica** e habilidade para impulsionar mudanças e **inovação** em **organizações esportivas** de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como **Diretor de Comunicações e Impacto** na **NASCAR**, sediada na **Florida, Estados Unidos**. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo **Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico** e **Diretor Geral de Assuntos Comerciais**, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o **desenvolvimento estratégico** até o **Marketing de entretenimento**.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas **principais franquias esportivas** de Chicago. Como **Vice-Presidente Executivo** das franquias dos **Chicago Bulls** e dos **Chicago White Sox** ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o **sucesso empresarial e estratégico** no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no **campo esportivo** enquanto trabalhava em **Nova York** como **principal analista estratégico** para **Roger Goodell** na **National Football League (NFL)** e, anteriormente, como **estagiário jurídico** na **Federação de Futebol dos Estados Unidos**.



## Sr. Eric Nyquist

---

- Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- Formado em Economia Internacional pelo Carleton College

“

*Com este curso universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio dos principais especialistas internacionais na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!"*

## Diretor



### Sr. José Galán

- ♦ Formado em Publicidade e Relações Públicas
- ♦ Especialista em E-commerce, SEO e SEM
- ♦ Trabalhando há mais de 10 anos no Marketing Online para vários projetos e empresas em diferentes setores
- ♦ Blogger em "Coisas sobre Marketing Online"



10

# Impacto para a sua carreira

Temos consciência de que realizar um programa com estas características representa um grande investimento financeiro, profissional e, é claro, pessoal. O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional. E com a gente, você tem uma grande chance de alcançá-la. Portanto, você não deve perder a oportunidade que a TECH lhe oferece de se especializar com a melhor equipe nesta área de alta demanda profissional.



“

*Nosso desafio é gerar uma mudança positiva em sua trajetória profissional e estamos totalmente empenhados em lhe ajudar a alcançar este objetivo”*

## Você está preparado para crescer profissionalmente? Uma excelente melhoria profissional espera por você

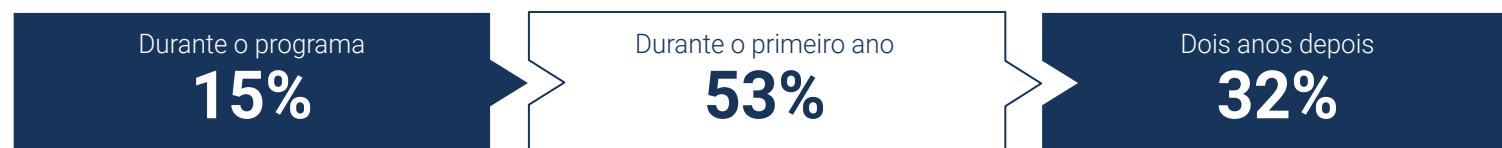
O MBA em Marketing Digital da TECH é um programa intensivo que lhe prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais na área de comércio eletrônico e gestão de marketing em ambientes digitais. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você.

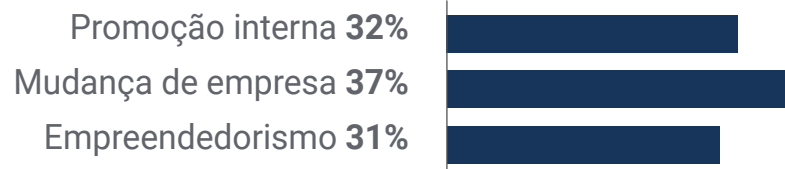
*Não perca a oportunidade de se especializar conosco e você perceberá como poderá alcançar a melhoria que procurava.*

*Se você deseja realizar uma mudança positiva na sua profissão, nosso programa lhe ajudará a consegui-la.*

### Momento da mudança



### Tipo de mudança





## Melhoria dos salários

---

A conclusão deste programa significa um aumento no salario anual de mais de **25%** para nossos alunos.



11

# Benefícios para a sua empresa

O MBA em Marketing digital contribui para elevar o talento e o potencial da organização ao máximo, através da especialização dos líderes de alto desempenho.

Participar deste Executive Master é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos, onde encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

*Após concluir este mestrado, você poderá introduzir novos conceitos, estratégias e perspectivas na empresa que podem trazer mudanças essenciais em sua organização”*

Desenvolver e reter talentos nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

### **Crescimento do talento e do capital intelectual**

Proporcionará à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que podem trazer mudanças significativas na organização.

---

02

### **Manter gerentes de alto potencial e evitar a saída de cérebros**

Este programa fortalece a ligação entre a empresa e o gerente e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

### **Construindo agentes de mudança**

O gerente será capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando na organização e a superar obstáculos.

---

04

### **Maiores possibilidades de expansão internacional**

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial.

05

### **Desenvolvimento de projetos próprios**

Você poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou Desenvolvimento de Negócios de sua empresa.

---

06

### **Aumento da competitividade**

Este Executive Master irá capacitar nossos alunos para enfrentarem novos desafios e impulsionar a organização.



12

# Certificado

O MBA em Marketing Digital garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso ao título de Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos  
com sucesso e receba seu certificado  
sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Executive Master MBA em Marketing Digital** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

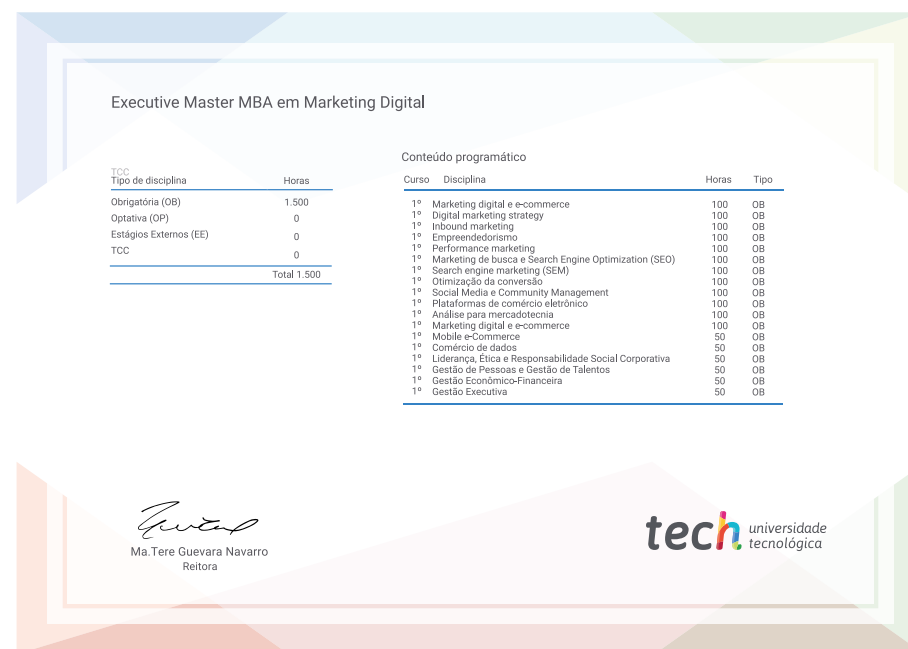
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* do **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Executive Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Executive Master MBA em Marketing Digital**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



\*Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.





## Executive Master MBA em Marketing Digital

- » Idioma: Português
- » Modalidade: Online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

# Executive Master

## MBA em Marketing Digital

# SEARCH ENGINE MARKETING