



MBA

Marketing e
Inteligência de
Negócios
Digitais

1. COORDENAÇÃO

Hélio Arthur Reis Irigaray

Doutor em Administração de Empresas pela FGV-EAESP.

2. FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

É uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, fundada em 20 de dezembro de 1944, com o objetivo de ser um centro voltado para o desenvolvimento intelectual do país, reunindo escolas de excelência e importantes centros de pesquisa e documentação focados na economia, na administração pública e privada e na história do país.

A estrutura acadêmica da FGV é composta por Escolas e Institutos, com grande tradição e intensa produção intelectual:

CPDOC - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil

Direito SP - Escola de Direito de São Paulo

Direito Rio - Escola de Direito do Rio de Janeiro

EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo

EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

EESP - Escola de Economia de São Paulo

EPGE - Escola de Pós-Graduação em Economia

EMAp - Escola de Matemática Aplicada

FGV Projetos – Consultoria para organizações públicas e privadas

FGV Social – Centro de Políticas Sociais

IBRE - Instituto Brasileiro de Economia

IDE – Instituto de Desenvolvimento Educacional

3. INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL - IDE

O IDE foi criado no final de 2003 com o objetivo de coordenar e gerenciar uma rede de distribuição única para os produtos e serviços educacionais produzidos pela FGV, através de suas Escolas e Institutos.

Por intermédio de parcerias com diversas universidades da Europa e dos Estados Unidos, os alunos dos cursos administrados pelo IDE têm a possibilidade de participar de programas de curta, média ou longa duração em universidades estrangeiras.

4. CERTIFICAÇÃO

O curso de MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais é certificado pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas – EBAPE.

STRONG FGV- Alphaville:	STRONG FGV- Osasco:
Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000	Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:	(11)2789-6161
www.strong.com.br/unidades/alphaville/	osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
	www.strong.com.br/unidades/osasco/

ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS – EBAPE

Criada em Abril de 1952, a Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EBAPE/FGV) tem desempenhado importante papel na formação de quadros universitários e governamentais no Brasil e em outros países da América Latina e África.

Desde seu início, ministra cursos de administração em nível de pós-graduação e especialização, bem como mantém um amplo programa de pesquisas e consultoria técnica a empresas e entidades do governo.

A EBAPE oferece, juntamente com outras Escolas da FGV, cursos de pós-graduação lato sensu através do programa FGV Management. Estes cursos, em diversas especialidades, são oferecidos, na modalidade aberta ou para corporações específicas, sob coordenação executiva do Instituto de Desenvolvimento Educacional (IDE).

5. SOBRE O MBA

Em um ambiente de negócios cada vez mais complexo e digitalizado, o MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais objetiva proporcionar aos participantes uma visão holística dos fundamentos e das boas práticas relacionados às plataformas digitais, suas implicações nas organizações e no comportamento dos consumidores.

Este curso é oferecido com estrutura modularizada contemplando entradas até a segunda disciplina de cada módulo, o que proporcionará maior possibilidade de networking e, conseqüentemente, melhor aproveitamento, levando-se em conta uma maior diversidade de competências.

6. MODULARIZAÇÃO DO MBA

- ✓ São 3 Módulos de 144 h/a, perfazendo uma carga horária de 432 h/a.
- ✓ São 18 disciplinas no total com 24 h/a cada.
- ✓ Cada módulo é autocontido, sendo que os 3 se interligam e possibilitam ao aluno entrar no MBA até a 2ª disciplina de cada módulo.

STRONG FGV- Alphaville:	STRONG FGV- Osasco:
Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000	Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:	(11)2789-6161
www.strong.com.br/unidades/alphaville/	osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
	www.strong.com.br/unidades/osasco/



ESTRUTURA CURRICULAR

MÓDULO: Gestão de Negócios Digitais

DISCIPLINAS

1.	Comportamento do Consumidor Digital	24 h/a
2.	<i>Advocacy</i> , Relações de Consumo e Propriedade Intelectual	24 h/a
3.	Gestão de Projetos Digitais	24 h/a
4.	Inteligência Competitiva e Modelos de Negócios Digitais	24 h/a
5.	Negociação e Administração de Conflitos	24 h/a
6.	Planejamento Estratégico de Marketing Digital	24 h/a

MÓDULO: Gestão e Métricas de Marketing

DISCIPLINAS

7.	Comunicação, Planejamento e Convergência de Mídias	24 h/a
8.	<i>E-Commerce</i> e Operações <i>Omnichannel</i>	24 h/a
9.	Métodos de Pesquisa para Internet e <i>Consumer Insights</i>	24 h/a
10.	<i>Mobile Marketing</i>	24 h/a
11.	<i>Digital Branding</i>	24 h/a
12.	Métricas de Marketing	24 h/a

STRONG FGV- Alphaville:

Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000
alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/alphaville/

STRONG FGV- Osasco:

Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
 (11)2789-6161
osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/osasco/

MÓDULO: Gestão de Plataformas e Tecnologias Digitais		
DISCIPLINAS		
13.	Marketing de Busca	24 h/a
14.	UX: <i>User Experience</i> e Plataformas Digitais	24 h/a
15.	Gestão de Conteúdo em Mídias Digitais	24 h/a
16.	Mídias Sociais: Planejamento, Implementação e Monitoramento	24 h/a
17.	Gestão das Tecnologias Digitais	24 h/a
18.	<i>Web Analytics</i> e Inteligência Competitiva em Ambientes de <i>Big Data</i>	24 h/a

7. OBJETIVOS GERAIS

- ✓ Oferecer fundamentos para formação do aluno como gestor de marketing para empreendimentos, serviços, projetos e equipes digitais;
- ✓ Familiarizar os alunos com os conceitos e as técnicas modernas do Marketing Digital por meio da identificação das melhores práticas gerenciais adotadas por empresas de sucesso;
- ✓ Apresentar as recentes mudanças nos diversos mercados e nas relações de negócios como
- ✓ consequência da explosão do ambiente on-line e das ferramentas digitais;
- ✓ Oferecer ferramentas para os alunos se tornarem líderes empreendedores, tanto no ambiente das organizações para as quais trabalham, quanto no desenvolvimento de negócios próprios.

8. A QUEM SE DESTINA

O MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais destina-se a profissionais das diversas áreas do saber que necessitam adquirir conhecimentos sobre marketing e negócios digitais, a fim de assumir posições de comando em suas empresas ou empreenderem.

9. METODOLOGIA

Os cursos do Programa MBA da FGV têm por objetivo estimular a reconstrução do conhecimento por meio da abordagem integrada entre teoria e prática, em consonância com os contextos econômicos, sociais e regionais onde os cursos são ministrados.

Os conteúdos das disciplinas são agrupados por eixos temáticos, que visam a atingir objetivos de aprendizagem específicos, alinhados ao desenvolvimento das competências necessárias à prática profissional de seus alunos.

Para apoiar a base teórica das aulas presenciais, os cursos contam com suporte de um ambiente virtual de aprendizagem, o *eClass*, no qual o aluno pode acessar, a qualquer momento, em seus dispositivos eletrônicos, o conteúdo da disciplina, fazendo uso irrestrito de

STRONG FGV- Alphaville:	STRONG FGV- Osasco:
Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000	Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:	(11)2789-6161
www.strong.com.br/unidades/alphaville/	osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
	www.strong.com.br/unidades/osasco/

reconhecidas bibliotecas virtuais. Além disso, há acesso a outras ferramentas que oferecem suporte ao processo de ensino-aprendizagem e facilitam a comunicação.

As atividades práticas também podem ser desenvolvidas com o apoio de estudos de casos, jogos de negócios e situações que permitam aos alunos simularem a vivência de experiências desafiadoras, encorajando-os à aplicação de seus conhecimentos na resolução dos desafios propostos.

10. AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

A avaliação da aprendizagem tem papel fundamental para o processo de reconstrução de conhecimento pelos alunos, por isso cada disciplina tem um instrumento avaliativo diferente. As avaliações construídas pelos professores possuem questões que abordam a aplicabilidade dos conceitos trabalhados em sala a contextos empresariais. Os instrumentos de avaliação utilizados visam não somente a apoiar o diagnóstico do aprendizado como também servir como reflexão para os alunos quanto à prática dos conceitos a fim de capacitá-los para melhores tomadas de decisão como executivos.

11. DISCIPLINAS ISENTAS DE PROVA

Planejamento Estratégico de Marketing Digital.

12. CERTIFICAÇÃO

- ✓ Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA, nível Especialização da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES 01/2018 de 06/04/2018, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior;
- ✓ Será outorgado pela Fundação Getulio Vargas o certificado de “Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais, Nível Especialização” aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso do módulo nacional;
- ✓ Será outorgado pelas universidades internacionais, em seus locais de origem, o certificado de participação do respectivo módulo internacional;
- ✓ A Fundação Getulio Vargas fará o apostilamento da participação no módulo internacional cursado aos alunos que atenderem a todos os critérios de aprovação em ambos os cursos.

STRONG FGV- Alphaville:	STRONG FGV- Osasco:
Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000	Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:	(11)2789-6161
www.strong.com.br/unidades/alphaville/	osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
	www.strong.com.br/unidades/osasco/

13. PROGRAMA

MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais		
MÓDULO GESTÃO DE NEGÓCIOS DIGITAIS		
1	Comportamento do Consumidor Digital	24
2	<i>Advocacy</i> , Relações de Consumo e Propriedade Intelectual	24
3	Gestão de Projetos Digitais	24
4	Inteligência Competitiva e Modelos de Negócios Digitais	24
5	Negociação e Administração de Conflitos	24
6	Planejamento Estratégico de Marketing Digital	24
MÓDULO GESTÃO E MÉTRICAS DE MARKETING		
7	Comunicação, Planejamento e Convergência de Mídias	24
8	<i>E-Commerce</i> e Operações <i>Omnichannel</i>	24
9	Métodos de Pesquisa para Internet e <i>Consumer Insights</i>	24
10	<i>Mobile Marketing</i>	24
11	<i>Digital Branding</i>	24
12	Métricas de Marketing	24
MÓDULO GESTÃO DE PLATAFORMAS E TECNOLOGIAS DIGITAIS		
13	Marketing de Busca	24
14	UX: <i>User Experience</i> e Plataformas Digitais	24
15	Gestão de Conteúdo em Mídias Digitais	24
16	Mídias Sociais: Planejamento, Implementação e Monitoramento	24
17	Gestão das Tecnologias Digitais	24
18	<i>Web Analytics</i> e Inteligência Competitiva em Ambientes de <i>Big Data</i>	24
CARGA HORÁRIA TOTAL		432

STRONG FGV- Alphaville:

Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000

alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/alphaville/

STRONG FGV- Osasco:

Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
(11)2789-6161

osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/osasco/

14. MÓDULO INTERNACIONAL

CURSO	CARGA HORÁRIA
<i>Business and Management for International Professionals</i> University of California - Irvine	54
<i>Public Policy, Finance and Investment Strategies</i> University of Chicago - Harris School	49
Gestão de Negócios Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial ISCTE /INDEG - Lisboa	40
<i>China Business & Economic Strategies for Managers</i> Asia-Pacific Institute of Business – Chinese University of Hong Kong	40
<i>Management of Innovation, Quality, Clusters, International Brands and Business</i> – Fondazione CUOA – Centro Universitario Organizzazione Aziendale – Vicenza - Itália	40
<i>International Business Law</i> University of California - Irvine	54
<i>Study Abroad in Innovation Management</i> School of International Business and Entrepreneurship (SIBE) Stuttgart - Alemanha	80
<i>Innovation</i> University of California – Santa Cruz (Silicon Valley) / Irvine	54

15. DESCRITIVO DAS DISCIPLINAS

Comportamento do Consumidor Digital

Teorias da racionalidade econômica, comportamental, psicanalítica, social, antropológica e cognitivista. Fatores de influência no comportamento de compra. Tipos de compra e processo decisório de consumo. O comportamento do consumidor organizacional. Papéis sociais, personalidades e estilos de vida de consumidores na Internet. ZMOT. Cultura e sociedade do consumo no século XXI. Dinâmicas da cibercultura. Inteligência coletiva.

STRONG FGV- Alphaville: Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000 alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página: www.strong.com.br/unidades/alphaville/	STRONG FGV- Osasco: Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP (11)2789-6161 osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página: www.strong.com.br/unidades/osasco/
---	---

Advocacy, Relações de Consumo e Propriedade Intelectual

Advocacy. Histórico das relações de consumo. Princípios e conceitos. Política nacional das relações de consumo. Direito básico. Responsabilidade civil. Prevenção e reparação de danos. Propriedade Intelectual.

Gestão de Projetos Digitais

Fundamentos de gerenciamento de projetos. Técnicas e ferramentas para gerenciamento. Estrutura do projeto. Acompanhamento do projeto. Controle do projeto. Encerramento do projeto. Métodos Ágeis: SCRUM.

Inteligência Competitiva e Modelos de Negócios Digitais

Sociedade do conhecimento e desenvolvimento da cultura empreendedora nas empresas. Perfil do empreendedor e do intraempreendedor. Processo empreendedor, principais modelos e fontes de financiamentos. Dificuldades a serem enfrentadas: riscos, barreiras e causas de fracassos. Modelos de negócios digitais.

Negociação e Administração de Conflitos

Aspectos conceituais associados ao processo de negociação. Negociação: aspectos relacionais. Negociação: aspectos substantivos. Negociação: aspectos processuais de execução.

Planejamento Estratégico de Marketing Digital

Fundamentos de planejamento e de estratégia. Conceitos, críticas e a evolução do planejamento estratégico de marketing. Componentes do PEMD para organizações públicas e privadas. Análise de cenários e da posição competitiva. Formulação dos objetivos de Marketing. Definição das métricas de sucesso. Estratégias e ações táticas de Marketing no ambiente digital.

Comunicação, Planejamento e Convergência de Mídias

O conceito, o processo, a evolução e as novas tendências na área de comunicação. A dinâmica e as diferentes ferramentas do composto de comunicação de marketing, suas aplicações e limites. Crossmídia e transmídia. Planejamento de comunicação integrada de marketing. As relações entre segmentação, posicionamento, estratégia de campanha, de mídia e de criação. Revisão de briefing. Compra de mídia off-line e on-line (tradicional e programática). Métricas de mídia.

E-Commerce e Operações Omnichannel

A Internet e os Negócios. Multiplicação das operações one stop shop e o uso da precificação dinâmica em larga escala. Conceitos, plataformas e estratégias para e-commerce. Tendências em e-commerce. Integração do mundo físico & digital no varejo. Desafios da gestão e da operação Omnichannel. Conexão trade marketing com omnichannel. O Intelligence Fullfilment: Shopping Journey: análise e entrega de soluções. Criando experiência de compra e de personalização em alto grau. Criando relacionamento com clientes através do

STRONG FGV- Alphaville:

Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000

alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/alphaville/

STRONG FGV- Osasco:

Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
(11)2789-6161

osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/osasco/

omnichannel. Análise das tendências mais recentes do Marketing do Varejo apresentadas na National Retail Federation mais recente – NRF.

Métodos de Pesquisa para Internet e Consumer Insights

O que é pesquisa de mercado. Naturezas e abordagens em pesquisas de mercado. Aplicações da pesquisa em marketing, comunicação e consumo. Planejamento e protocolo da pesquisa. Métodos de pesquisa característicos em marketing, comunicação e marketing digital: etnografia, netnografia, observação direta, entrevista em profundidade, métodos não convencionais. Coolhunting e identificação de manifestações culturais como tendências.

Mobile Marketing

Mobile Marketing como estratégia para fidelizar clientes. Dinâmica do mercado. Hipersegmentação de campanhas. Internet das Coisas. Tecnologias, ferramentas, Modelos de negócios e serviços. Campanhas, estratégias e métricas.

Digital Branding

Gestão de branding na era digital. Marketing 3.0. Conceito de ativos intangíveis e brand equity. Risco social e social screening. Gestão de crise. Responsabilidade corporativa e sustentabilidade (triple bottom line). Semiótica e comunicação. Identidade de marca.

Métricas de Marketing

Marketing como atividade estratégica e gerencial. Aplicação das diversas métricas de marketing como justificativa das ações que envolvem as opções de segmentação, posicionamento e do composto de marketing em si.

Marketing de Busca

Search Engine Marketing: anúncios e otimização de sites. Políticas essenciais dos mecanismos de busca. Planejamento de ações de links patrocinados. Ad sense. Blackhat SEO. Gestão de campanhas de links. Meta tags. Mercado e tendências em Marketing de Busca.

UX: User Experience e Plataformas Digitais

Experiência do usuário: usabilidade, acessibilidade, design e arquitetura da informação. Padrões web. Conveniência como valor competitivo. Implicações legais de acessibilidade. Testes e metodologias de avaliação. Como os usuários usam sites (Desktop e Mobile). Extração de inteligência com a experiência do usuário. Estudos de sites para desktop e mobile. Prototipação em papel e com ferramentas digitais. Wireframes: tipos e ferramentas. Jornada do usuário.

Gestão de Conteúdo em Mídias Digitais

Definições de meios e conteúdo. Fundamentos do Marketing de conteúdo, outbound marketing e inbound marketing, Narratividade e construção de sentido para organizações. Projetos de conteúdo multimídia, crossmídia e transmídia. Construção de uma plataforma de narrativa para a marca.

STRONG FGV- Alphaville:

Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000

alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/alphaville/

STRONG FGV- Osasco:

Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
(11)2789-6161

osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
www.strong.com.br/unidades/osasco/

Mídias Sociais: Planejamento, Implementação e Monitoramento

Redes sociais: história, conceitos e princípios básicos. Capital social e influenciadores digitais. Ecossistema de mídias sociais. Planejamento de presença e ações em mídias sociais. Régua de conteúdo e publicação. Relacionamento e SAC 2.0. Monitoramento pleno e parcial de mídias sociais.

Gestão das Tecnologias Digitais

TI nas organizações. Planejamento e estratégia de TI. Infraestrutura, governança e segurança de TI. Tendências e novas tecnologias. Transformação digital.

Web Analytics e Inteligência Competitiva em Ambientes de Big Data

Definição e importância de inteligência competitiva. Ciclo e etapas da inteligência competitiva. Big data pela ótica de marketing e de negócios. Conceitos, aplicações, dimensões e métricas para web analytics.

STRONG FGV- Alphaville:	STRONG FGV- Osasco:
Alameda Tocantins, 125, Barueri, SP (11)3711-1000	Av. Dos Autonomistas, 1400, Osasco, SP
alphaville.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:	(11)2789-6161
www.strong.com.br/unidades/alphaville/	osasco.fgv@strong.com.br ou acesse nossa página:
	www.strong.com.br/unidades/osasco/