



PÓS-GRADUAÇÃO EM MARKETING E MÍDIAS DIGITAIS



EXCELÊNCIA FGV

Criada em 1944, a Fundação Getúlio Vargas nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico do Brasil por meio da formação de administradores qualificados, nas áreas pública e privada.

Ao longo do tempo, a FGV ampliou a sua atuação para outras áreas do conhecimento, como Ciências Sociais, Direito, Economia, História, e, mais recentemente, Matemática Aplicada, sendo sempre reconhecida pela qualidade e excelência ao produzir e difundir conhecimento.

THINK TANK

3º *think tank* (centro de conhecimento) entre os melhores do mundo e líder na América Latina, pelo 2020 *Global Go To Think Tank Index Report*, elaborado pela Universidade da Pensilvânia.

LINKEDIN

A única brasileira entre as instituições de ensino mais influentes do mundo do LinkedIn.

LÍDER NO IGC/MEC

No topo do ranking nacional do Índice Geral de Cursos (IGC), com suas escolas ocupando as três primeiras posições.

MELHORES CEOs

Apontada pela Revista Forbes como uma das principais instituições que formam os melhores CEOs no Brasil

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

FGV EAESP

Escola de Administração de Empresas de São Paulo

FGV EBAPE

Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

FGV EPPG

Escola de Políticas Públicas e Governo

FGV EESP

Escola de Economia de São Paulo

FGV EPGE

Escola Brasileira de Economia e Finanças

FGV Direito SP

Escola de Direito de São Paulo

FGV Direito Rio

Escola de Direito do Rio de Janeiro

FGV CPDOC

Escola de Ciências Sociais

FGV EMAP

Escola de Matemática Aplicada

FGV RI

Escola de Relações Internacionais

Projetos

Consultoria para organizações públicas e privadas

IDE

Instituto de Desenvolvimento Educacional

IBRE

Instituto Brasileiro de Economia



SOBRE O CURSO

A Pós-Graduação em Marketing e Mídias Digitais promove ampla discussão sobre conceitos e fundamentos deste setor, com foco nas melhores práticas e estratégias de mercado.

Você terá acesso a conceitos e estratégias de marketing adotados pelas organizações em contexto globalizado, debates sobre posicionamento mercadológico de marcas, produtos e serviços e *network* com profissionais em todo Brasil.

Você irá adquirir:

- Conhecimento sobre os conceitos e ferramentas de marketing e de gestão de mídias digitais;
- Habilidades para trabalhar o desenvolvimento de novos produtos e serviços de acordo com a realidade das organizações brasileiras;
- Domínio das principais práticas de marketing, considerando os contextos online e off-line.

A QUEM SE DESTINA

Direcionado a graduados e recém-graduados, em qualquer área de conhecimento, que desejam qualificação e aprofundamento no **tema de Marketing e Mídias Digitais**. O curso também se destina a profissionais que atuam ou pretendem atuar no setor de marketing, ou tenham interesse em desenvolver técnicas para aplicação em seus próprios negócios.

METODOLOGIA

A Pós FGV proporciona ao estudante o aprendizado pela experimentação e prática. O conteúdo que será abordado no curso, além de ser definitivo e avaliado pelas Escolas da FGV, trata do que há de mais atual nas áreas de marketing online e off-line, sendo também abordado com um viés prático.

Cada disciplina é elaborada pelo professor-autor com o que há de mais moderno e relevante na área de conhecimento e é aplicada em sala presencial por um professor-executivo que usa sua experiência profissional na condução de atividades práticas que possibilitam aos alunos a vivência do conteúdo a partir de discussões e troca de experiências. Ao alinhar a teoria à prática vivenciada durante as aulas, a Pós FGV proporciona um ambiente rico e dinâmico para a construção de conhecimento e de práticas executivas.

COORDENAÇÃO

Profª DIANA SINCLAIR PEREIRA BRANISSO
Doutora em Administração de Empresas pela PUC-Rio

Doutora em Administração de Empresas pela PUC-Rio, co-orientação University of Massachusetts Amherst, EUA; **Mestre** em Administração de Empresas pela FGV com extensão no International **MBA** do Instituto de Empresas de Madrid, Espanha; Administradora pela Universidade de Brasília (UnB) com especialização em Marketing Digital. Coordenadora do MBA Executivo ênfase Marketing e Mídias Digitais da FGV. Vinte anos de experiência executiva em Marketing, Gestão Comercial, Estratégia, Branding, Experiência do Usuário e Tecnologia, trabalhando nos setores de Consultoria (Monitor Deloitte), Telecom, Turismo, Mídia e Startups. É autora de artigos publicados em periódicos e congressos nacionais e internacionais, autora de três disciplinas (Transformação Digital, Mobile Marketing e Mídia Online e Web Analytics) e docente de Marketing Digital.



CERTIFICAÇÃO

Os cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, nível Especialização da Fundação Getulio Vargas atendem às determinações da Resolução do CNE/CES nº 1 de 06/04/2018, do Conselho Nacional de Educação e da Câmara de Educação Superior.

Será outorgado pela FGV, por meio da EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, o certificado de "Curso de **Pós-Graduação Lato Sensu em Marketing e Mídias Digitais**, Nível Especialização" aos participantes que atenderem a todos os critérios de aprovação estabelecidos no regulamento do curso.

Sobre a EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

Criada em abril de 1952, a Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getulio 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).

PROGRAMA E CARGA HORÁRIA



Pós-Graduação em Marketing e Mídias Digitais

1. Criação, Desenvolvimento e Gestão de Produtos	36 h/a
2. Comunicação, Planejamento e Convergência das Mídias	36 h/a
3. Consumo e Processo Decisório da Compra	36 h/a
4. Estratégias de Distribuição Omnichannel e Trade Marketing	36 h/a
5. Estratégias de Precificação de Produtos e Serviços	36 h/a
6. Gestão de Tecnologias Digitais	36 h/a
7. Métricas de Marketing	36 h/a
8. Mobile Marketing	36 h/a
9. Mídias Sociais: planejamento, implementação e monitoramento	36 h/a
10. UX: User Experience e Plataformas Digitais	36 h/a
11. Planejamento Estratégico de Marketing	72 h/a

Carga Horária Total 432 h/a

DISCIPLINAS



1. Criação, Desenvolvimento e Gestão de Produtos

Criação de novos produtos: conceitos, ciclo de vida, composto, rotulagem. Posicionamento e lançamento de novos produtos: atributos, mapas de percentuais, clusters. Desenvolvimento de novos produtos: modelo stage gate. Gestão de produtos: estratégia de marca, branding design, brand equity, análise de portfólio.

2. Comunicação, Planejamento e Convergência das Mídias

Comunicação na era digital: conceito, processo, evolução e novas tendências. Experiência do consumidor: marcas e construção de valor. Comunicação integrada de marketing na era digital: meios online e off-line e suas características, diferenciais e ligação; ferramentas, planejamento, posicionamento, estratégia de mídia e verba. Implementação do plano de comunicação integrada de marketing.

3. Consumo e Processo Decisório da Compra

Teorias sobre o comportamento do consumidor. Fatores de influência no comportamento de compra: psicológicos, socioculturais, situacionais, demográficos. Tipos de compra, processo decisório de consumo e comportamento do consumidor organizacional. O consumidor brasileiro e os consumidores na internet.

4. Estratégias de Distribuição Omnichannel e Trade Marketing

Cadeia de suprimentos: fundamento da operação omnichannel, movimentos logísticos, estrutura dos fluxos distributivos. Canais de distribuição: direta ou indireta, intermediários, franquias. Trade marketing: conexão com omnichannel, intelligence fulfillment, selling in e selling out. Omnichannel e os canais físicos e digitais.

5. Estratégias de Precificação de Produtos e Serviços

Conceitos financeiros básicos: o papel do preço na estratégia comercial, ambiente de negócios, estratégia competitiva. Influência dos fatores mercadológicos na decisão de preços. Aspectos tributários da precificação; Aspectos financeiros da precificação.

DISCIPLINAS



6. Gestão de Tecnologias Digitais

Estratégia e TI nas Organizações: infraestrutura, bureau de serviços, data center, segurança da informação, criptografia, outsourcing em TI, cloud, governança corporativa. Aplicações de TI nas Organizações: sistemas, ERPs e CRMs. Tendências e Novas Tecnologias: blockchain, criptomoedas, internet das coisas. Transformação Digital: perspectivas da cadeia de valor, pessoas, processos e tecnologia.

7. Métricas de Marketing

Métricas de marketing e business intelligence: o que medir, para que medir e como medir. Produto e marca: market share, IDM, IDC, penetração, CAU, satisfação do cliente. Ações de marketing: precificação, promoção, mídias. Métricas financeiras: rentabilidade, margens e lucro. Marketing digital: propaganda e exposição.

8. Mobile Marketing

Introdução ao Mobile Marketing. Dinâmica do Mercado Mobile: canais de distribuição, operadoras, fabricantes, branded players, núcleos mercadológicos. Campanhas de Mobile Marketing: tecnologias, modelos de negócios e serviços, ferramentas. Mobile Data: monitoramento, métricas e tendências.

9. Mídias Sociais: planejamento, implementação e monitoramento

Redes Sociais: pilares das redes, topologia, capital social, influenciadores. Mídias Sociais: categorias, comunidades de marca, produção de conteúdo, social ads. Monitoramento de mídias sociais: rastros digitais, diagnóstico inicial de marca, métricas e relatórios. Relacionamento e SAC 2.0.

10. UX: User Experience e Plataformas Digitais

A experiência do usuário (UX): necessidades dos clientes versus objetivos da empresa, modelagem participativa, conceitos e normas de usabilidade, card sorting, testes A/B, web analytics, design universal, acessibilidade web e web standards. Gestão e a experiência do usuário. UX e o ser humano: jornada da experiência do usuário e criação de personas, eye tracking. Entregáveis e boas práticas de UX.

11. Planejamento Estratégico de Marketing

Estrutura do plano de marketing: definições, benefícios, planejamento. Análise gerencial dos ambientes de marketing: macro e micro ambiente, ambiente interno e externo, missão e visão, diagnóstico. Estratégias genéricas de valor das marcas e posicionamento. Implementação do plano de marketing.



PÓS FGV

Os cursos do programa **PÓS FGV** são destinados a profissionais que buscam se aprimorar e assumir um novo patamar em suas carreiras ou até mesmo mudar de área de atuação. Os programas são desenvolvidos pelos professores e pesquisadores das Escolas da Fundação Getúlio Vargas, com objetivo de atender ao público recém graduado ou com pouca experiência no segmento que deseja atuar. Na **PÓS FGV** você alia a tradição e a vanguarda acadêmica da FGV às mais novas práticas do mercado, preparando-se para ser um profissional qualificado para enfrentar os desafios do mundo contemporâneo.

PÓS FGV

Aproveitamento no MBA FGV

Depois de formado na Pós-Graduação, já com base sólida em gestão e mais experiências profissionais, o aluno poderá complementar a formação escolhendo um MBA FGV que melhor se encaixar nas suas novas metas profissionais. Esse benefício ajuda você a economizar tempo e dinheiro para se concentrar no que realmente importa: a sua carreira.

No MBA escolhido, o aluno cursará disciplinas específicas de sua área de conhecimento. Ao final do programa, o aluno receberá o certificado de MBA na área específica. Para aproveitar esse benefício especial, o aluno terá até, no máximo, 60 meses após a finalização da Pós-Graduação para iniciar o novo curso.

MÓDULOS INTERNACIONAIS

A FGV e a STRONG possuem convênios com renomadas instituições no exterior visando oferecer aos seus alunos uma oportunidade incomparável de aprimoramento com Módulos Internacionais de Extensão de MBA e Pós-Graduação.

Os principais objetivos desses cursos, são:

- Desenvolver uma visão internacionalizada de negócios.
- Ampliar o **networking** entre os participantes que são estudantes da FGV e executivos de empresas nacionais e multinacionais .
- Proporcionar a troca de informações com os docentes, executivos americanos ou europeus, adquirindo assim uma **formação acadêmica internacional**, além do acultramento pessoal;

Será outorgado pelas universidades internacionais, em seus locais de origem, o certificado de participação no módulo internacional respectivo;

A Fundação Getulio Vargas fará o apostilamento da participação no módulo internacional cursado, aos alunos que atenderem todos os critérios de aprovação em ambos os cursos.



University of California - Irvine
Business and Management for
International Professionals

University of California -
Los Angeles
Global Marketing & Strategies



University of Chicago
Finance and Investment
Strategies

Chinese University of Hong Kong
China Business & Economic
Strategies for Managers



ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Centro Universitário de Lisboa
Gestão de Negócios

School of International Business
and Entrepreneurship Stuttgart
Innovation and Entrepreneurship



SCHOOL OF INTERNATIONAL
BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP
STEINBEIS UNIVERSITY





CONVENIADA



**EDUCAÇÃO
EXECUTIVA**

strong.com.br

 **(11) 98204-2243**

educacaoexecutiva.fgv@strong.com.br

Alphaville

Av. Tocantins, 125 -
Edifício 2

Osasco

Av. Franz Voegeli, 707
(Shopping União)

Santo André

Av. Industrial, 1455
Bairro Jardim

Santos

Av. Conselheiro Nébias,
175