



Duração

9 meses



Carga horária

360 horas



Metodologia

On-line

SOBRE O CURSO

O MBA em Marketing Digital do Centro Universitário Integrado objetiva proporcionar a capacitação de profissionais para a análise do consumidor, planejamento e atuação estratégica em ações criativas e inovadoras de marketing digital.

METODOLOGIA

Disciplinas 100% on-line, organizadas em Unidades de Aprendizagem, que oferecem diversificados recursos didáticos, para a abordagem teórica, metodológica e prática do conteúdo.

Conteúdo planejado com base em metodologias ativas para o ensino e aprendizagem, as quais promovem a autonomia do estudante, figura central no processo de construção do conhecimento, bem como a excelência em sua formação.

Acompanhamento personalizado, para orientações, esclarecimento de dúvidas ou solução de eventuais problemas, permitindo interação simples e eficiente com os tutores e demais estudantes do curso, por meio dos fóruns, grupos de WhatsApp, e-mail ou do Serviço de Atendimento no Portal Acadêmico.



DISCIPLINAS E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

FUNDAMENTOS DE MARKETING

- Conceito de marketing
- As gerações do marketing
- Introdução ao Marketing
- Ambiente de marketing
- Marketing integrado e modelos de negócio
- Escopo de aplicação do Marketing
- Diferenças entre marketing social e marketing societal
- Marketing e responsabilidade social
- Marketing de Guerrilha
- Marketing no Agronegócio
- Gestão de Relacionamento com os clientes: Marketing Transacional x Marketing de Relacionamento
- Desafios do marketing no novo e conectado milênio



Carga horária: 40 horas

COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR

- Comportamento do consumidor
- Definindo o comportamento do consumidor, sua importância e implicações para o marketing
- O processo de tomada de decisão
- Tipos de decisão de compra
- Fatores Sociais que Influenciam o Comportamento do Consumidor
- Fatores Demográficos que Influenciam o Comportamento do Consumidor
- Fatores Psicológicos e Psicográficos que Influenciam o Comportamento do Consumidor
- Mudanças Recentes no Macroambiente de Marketing e suas Influências sobre o Comportamento de Compra do Consumidor
- Consumo e responsabilidade ética e sustentabilidade
- Segmentação, seleção e posicionamento
- Noções Gerais sobre Marketing
- Ética no marketing



Carga horária: 40 horas



MARKETING DIGITAL

- O marketing e a internet
- Marketing digital
- Mix de marketing digital
- A persona no marketing digital
- Canais de marketing digital
- Branded content
- Inbound marketing
- Motores de busca
- Automação de Marketing
- Plano de marketing digital
- Métricas do marketing digital
- Big data: data driven e real time marketing



Carga horária: 40 horas

GESTÃO DE MÍDIAS DIGITAIS

- Públicos e relacionamentos nas mídias sociais
- Estratégias de marketing digital
- Mídias sociais e os influenciadores digitais
- Gestão da informação e do conhecimento
- Marketing Multinível
- Marketing de influência
- Tipos de Influenciadores
- Tipos de campanha de marketing de Influência
- Escolha de Influenciadores Digitais
- Relacionamento da empresa com influenciadores digitais
- Como medir o retorno do marketing de influência
- Marketing off-line e on-line



Carga horária: 40 horas



PUBLICIDADE ONLINE

- Novas Mídias e plataformas
- Publicidade on-line: Conceitos e Definições
- Banners e anúncios on-line
- Ferramentas do Google para a publicidade on-line
- Publicidade on-line nas redes sociais
- O e-mail marketing e os vídeos ADS como ferramentas da publicidade on-line
- Mobile Advertising
- Métricas de publicidade on-line
- Publicidade on-line: da Web 2.0 aos dias atuais
- Como se comunicar com eficiência na Web
- Estratégia de publicidade on-line
- Ética na publicidade on-line



Carga horária: 40 horas

ESTRATÉGIAS DIGITAIS E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

- Tendências em Marketing Digital
- O ecossistema da mídia digital
- A inteligência coletiva da cibercultura
- Narrativas transmídia
- Produção de conteúdo para audiência criativa
- Os blogs e os novos valores-notícia
- Conteúdo evergreen
- Copywriting: o texto para diferentes mídias e formatos
- Redação SEO: o texto pronto para o Google
- Neuromarketing e produção de conteúdo
- O storytelling como técnica para produção de conteúdo na web
- Estratégias de distribuição de conteúdo na web



Carga horária: 40 horas



CUSTOMER EXPERIENCE

- Relacionamento com o Cliente
- CRM (Customer Relationship Management)
- Customer experience no ambiente digital
- Customer journey no ambiente digital
- Estratégias de fidelização do consumidor no ambiente digital
- Estratégias de Micromarketing no Ambiente digital
- Estratégias de atração, conversão e vendas no ambiente digital
- Mapeamento da satisfação e do engajamento dos clientes: programas de retenção e lealdade
- Tecnologias e integração de canais de venda e de comunicação
- Programas e práticas de inovação aberta envolvendo o consumidor virtual
- Cultura customer centric
- Tendências no segmento business-to-business (B2B)



Carga horária: 40 horas

E-COMMERCE

- Perfil do consumo virtual
- Estratégias e aplicações do comércio eletrônico
- Marketing e comércio eletrônico
- Marketing digital
- Implementação do Comércio Eletrônico
- Inclusão digital
- Gestão de redes sociais
- Gestão de lojas virtuais
- Métricas de Análise e Otimização de Busca
- Internet e a mudança no cenário econômico
- Potencial de mercado do comércio eletrônico
- Comércio eletrônico e mobilidade



Carga horária: 40 horas



DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

- Análise SWOT
- Análise do ambiente interno
- Análise do ambiente externo: macroambiente e indústria
- Planejamentos estratégico, tático e operacional
- Implementação e controle da estratégia
- Objetivos estratégicos: implementação e desdobramento
- Etapas do planejamento estratégico
- Objetivos estratégicos: definição e classificação
- Formulação da estratégia competitiva
- Posicionamento estratégico
- Mapeamento no Planejamento Estratégico
- Direções Estratégicas e Estratégia Corporativa



Carga horária: 40 horas



COMO É A AVALIAÇÃO

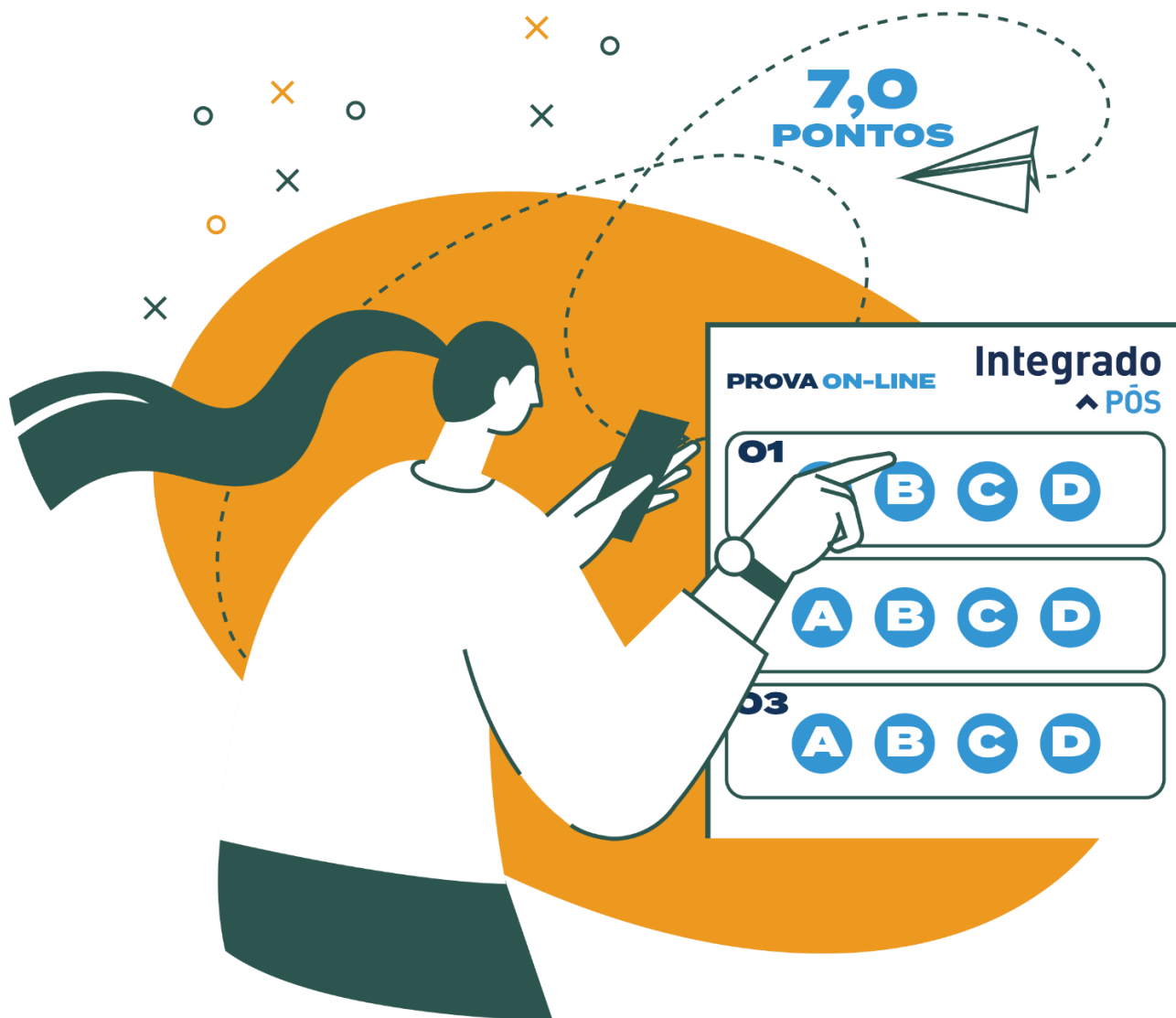
As disciplinas são formadas por Unidades de Aprendizagem, sendo que o seu acesso aos conteúdos disponibilizados em cada uma delas será contabilizado como uma pontuação de progresso, que pode garantir até 3,0 pontos em sua média final. Para isso é necessário:

- ◆ Estudar todos os conteúdos disponibilizados, ou seja, não deixar de acessar nenhuma das *abinhas* que compõem as Unidades de Aprendizagem;
- ◆ Responder corretamente os exercícios propostos.

PROGRESSO NAS UNIDADES DE APRENDIZAGEM



A pontuação de progresso, será somada à nota que você obtiver na prova on-line, formada por questões objetivas de múltipla escolha acerca dos conhecimentos abordados na disciplina, com valor 7,0.



Ao finalizar todas as disciplinas, você terá concluído o curso e seu certificado será emitido em no máximo três meses.

Não é necessário produzir o TCC, mas se você preferir desenvolver o trabalho, lhe ofereceremos todo o suporte necessário.

NÃO PRECISA PRODUZIR O TCC



- ◆ Que tal ser o protagonista do seu próprio conhecimento e se especializar na sua área?
- ◆ Matricule-se já e viva o seu sonho!

