

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Marketing Digital



Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Marketing Digital

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: www.techtitude.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-mba-marketing-digital

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Por que fazer este Mestrado
Próprio Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 16

05

Conteúdo programático

pág. 20

06

Estágio

pág. 32

07

Onde posso realizar o
Estágio?

pág. 38

08

Metodologia

pág. 46

09

Certificado

pág. 54

01

Apresentação

As mudanças nos hábitos de consumo, impulsionadas pelo avanço da internet e das novas tecnologias, têm levado cada vez mais pessoas a utilizar a rede para buscar produtos e serviços desejados ou, diretamente, para realizar suas compras. Por esse motivo, a capacitação em Marketing Digital é uma aposta segura para todas as empresas que desejam alcançar novos públicos por meio da venda e comercialização online. Com esse programa, os alunos não apenas poderão se especializar em tudo relacionado às estratégias digitais, mas também adquirirão habilidades e competências de gestão que lhes permitirão acessar posições de destaque em empresas de grande porte. Uma grande oportunidade acadêmica que não apenas oferece o melhor conteúdo teórico, mas também inclui uma experiência prática em um centro de prestígio para aplicar o que foi aprendido.





“

Como gerente de Marketing Digital,
será sua responsabilidade aprimorar
as campanhas promocionais
para aumentar as vendas e o
engajamento de sua empresa”

Com o avanço das novas tecnologias e o acesso a uma infinidade de informações pela internet, os usuários se tornaram mais exigentes. Muitas pessoas já sabem exatamente o que querem antes de ir à loja física para fazer suas compras e, inclusive, há um grande público que cada vez mais opta por compras online, o que lhes permite evitar filas e economizar tempo e dinheiro. Portanto, as empresas precisam se adaptar às exigências do mercado para evitar serem esquecidas e obter um crescimento contínuo. Para serem mais competitivos, os negócios devem investir no comércio eletrônico como uma forma de venda ou como complemento às suas lojas físicas. No entanto, se a aposta for no comércio online, também é importante que as publicidades e promoções sejam realizadas pela internet, utilizando técnicas e ferramentas de Marketing que favoreçam um maior reconhecimento da marca e um posicionamento adequado nas principais plataformas de busca online, facilitando o acesso dos clientes às páginas da empresa.

Para garantir que esse trabalho seja realizado de maneira adequada, não é apenas necessário contar com as melhores equipes técnicas de Marketing, mas também é necessário que essas equipes sejam lideradas por profissionais competentes, com conhecimentos aprofundados sobre as principais estratégias de Marketing Digital e com as habilidades de gestão adequadas para criar um bom ambiente de trabalho, motivar a equipe e controlar e direcionar cada projeto.

No entanto, para que isso seja possível, além de contar com uma capacitação teórica elevada, também é necessário demonstrar que todo esse conhecimento pode ser aplicado na prática. Para alcançar esse objetivo, a TECH oferece aos seus alunos um plano de estudos abrangente sobre Marketing Digital, que, neste caso, possui duas grandes vantagens: por um lado, toda a parte teórica e os exercícios para consolidar esses estudos estão disponíveis online, permitindo que o aluno estude em seu próprio ritmo; e, por outro lado, o estágio prático intensivo em uma agência de Marketing Digital à qual poderão ter acesso ao finalizar os estudos.

Esse **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Marketing Digital** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por especialistas em Gestão de Marketing Digital e comércio eletrônico
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações específicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Planos completos para ação sistematizada no campo de negócios
- ♦ Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações apresentadas
- ♦ Guias práticos para o uso das principais ferramentas de marketing digital
- ♦ Sua ênfase especial nas metodologias mais inovadoras para a aplicação de técnicas de liderança nos negócios
- ♦ Aulas teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet
- ♦ Além disso, será possível fazer um estágio em um dos melhores centros de negócios existentes no mundo



Envolver-se em departamentos reais de Marketing é essencial para compreender as ações que você poderá implementar a fim de aprimorar o reconhecimento da sua empresa”

“

Esse programa possibilitará o acesso aos melhores conteúdos teóricos, mas também a realização de um estágio prático intensivo em uma empresa líder do setor"

Este Mestrado Próprio, de natureza profissionalizante e modalidade de aprendizagem semipresencial, destina-se à atualização de profissionais de negócios que exigem um alto nível de capacitação. Os conteúdos são direcionados de forma didática para integrar os conhecimentos teóricos à prática diária. Dessa forma, os elementos teóricos e práticos facilitarão a atualização do conhecimento e permitirão a tomada de decisões em ambientes complexos.

Graças ao seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, eles permitirão ao profissional de Marketing Digital um aprendizado situado e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um aprendizado imersivo programado para capacitar em situações reais. Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Os gerentes das principais agências precisam ter um perfil multidisciplinar. Habilidades gerenciais e conhecimento profundo das principais ferramentas de Marketing Digital e comércio eletrônico o ajudarão a acessar esses cargos.

O Marketing Digital é o presente e o futuro de todas as empresas, portanto, sua especialização nesse campo dará à sua empresa uma vantagem competitiva.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

O Marketing Digital tornou-se uma das ferramentas mais poderosas para impulsionar negócios na atualidade. Alcançar o cliente ideal agora é uma tarefa muito mais simples, apesar da globalização e do alto nível de competitividade existente. Em qualquer setor profissional, é inevitável discutir sobre redes sociais, comércio eletrônico, sites e vendas online. Esses recursos têm redefinido a maneira como os negócios são conduzidos atualmente, e não indicam sinais de desaceleração. Diante dessa realidade, a TECH desenvolveu este programa de estudo com uma metodologia de ensino inovadora, que combina duas modalidades de estudo: teórica e prática.





“

A TECH Ihe oferece este inovador Mestrado Próprio Semipresencial em que você desenvolverá o conhecimento adquirido e todos os seus talentos em uma Capacitação Prática presencial”

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Devido aos avanços constantes na tecnologia, como aplicativos, novos recursos e ferramentas relacionadas ao Marketing Digital, as tarefas como análise e geração de conteúdo são facilitadas. Como resultado, o desenvolvimento de estratégias e tudo relacionado ao impulso da marca torna-se mais preciso. É por isso que a TECH apresenta esta Capacitação Prática, permitindo que profissionais mergulhem em um ambiente empresarial moderno, desenvolvendo novas habilidades e competências no manuseio desses recursos.

2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

Este Mestrado Próprio Semipresencial foi projetado sob a perspectiva de especialistas em Marketing Digital. Cada seção de estudo tem a mais recente e específica utilidade para o desenvolvimento de estratégias eficazes e planos de conteúdo bem-sucedidos. Da mesma forma, o estágio prático ao longo de 3 semanas agilizará o trabalho do profissional, permitindo que ele evidencie em primeira mão a veracidade do que foi estudado e a eficácia de cada um dos processos em uma marca e ambiente real. O aluno sempre será acompanhado por um orientador especializado que será designado a ele desde o início.

3. Ter acesso a ambientes organizacionais de ponta

Com o objetivo de encontrar os melhores centros para que seus alunos realizem as Capacitações Práticas, a TECH realiza um estudo minucioso para garantir a oferta de um ambiente adequado às necessidades do profissional. Um local de alcance nacional ou internacional que ofereça as melhores oportunidades de aprendizado no tema em estudo, neste caso, o Marketing Digital.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Este Mestrado Próprio Semipresencial da TECH é fundamentado em um processo acadêmico avançado que combina teoria e prática, possibilitando que os participantes assumam o comando de procedimentos mais avançados em Marketing Digital em um ambiente de trabalho real. Portanto, ao longo de 3 semanas, os alunos compartilharão seus conhecimentos em um ambiente profissional de ponta e realizarão atividades próprias de sua profissão.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

A TECH abre as portas para uma educação sem fronteiras. Graças ao método inovador de estudo implementado neste Mestrado Próprio Semipresencial, oferece uma oportunidade única ao profissional para expandir seus conhecimentos além de suas fronteiras. Amplia os espaços onde as atividades podem ser realizadas, permitindo que o aluno escolha aquele que melhor atenda às suas necessidades, dentro ou fora do território nacional.



*Você irá vivenciar uma
imersão prática completa
na clínica que escolher"*

03 Objetivos

Melhorar a capacitação dos profissionais de negócios é o principal objetivo que TECH busca alcançar com cada um de seus programas. Neste caso específico, este Mestrado Próprio Semipresencial é um compromisso decidido para alcançar a especialização dos alunos em Marketing Digital, uma questão fundamental no dia a dia de qualquer empresa contemporânea. Dessa forma, o estudante terá acesso a uma infinidade de conhecimentos teórico-práticos que representarão uma vantagem competitiva para seu futuro profissional.





“

*O uso de técnicas de SEO e SEM
melhorará o posicionamento de
sua empresa e o ajudará a se
destacar da concorrência”*



Objetivo geral

- ♦ O principal objetivo deste Mestrado Próprio Semipresencial é abrir as portas para os alunos em um mundo empresarial no qual a especialização em Marketing Digital adquire um valor agregado, devido ao grande aumento de empresas que buscam na internet novos mercados para explorar. Dessa forma, por meio deste programa, os profissionais encontrarão uma oportunidade única para aprender as técnicas e ferramentas mais utilizadas e eficazes nessas áreas.



Saiba como criar e implementar campanhas de Email Marketing que melhoram o reconhecimento de sua empresa"





Objetivos específicos

- ♦ Estruturar um modelo de negócios em torno do comércio eletrônico
- ♦ Compreender as estratégias de Marketing necessárias para operar em um ambiente competitivo
- ♦ Descobrir novas ferramentas digitais para adquirir clientes e fortalecer sua marca
- ♦ Saber usar ferramentas de pesquisa quantitativa e qualitativa para lidar com ambientes digitais
- ♦ Desenvolver técnicas e estratégias no ambiente digital relacionadas ao marketing, vendas e comunicação para estabelecer canais de aquisição, atração e fidelização de usuários
- ♦ Realizar campanhas de Inbound Marketing que otimizem os conteúdos direcionados ao nosso mercado
- ♦ Entender o novo paradigma da comunicação digital
- ♦ Adquirir uma mentalidade inovadora para desenvolver estratégias adaptadas às necessidades do século XXI
- ♦ Liderar com sucesso equipes de Marketing e vendas parcial ou totalmente digitalizadas
- ♦ Gerenciar fornecedores digitais de forma otimizada com a capacidade de escolher, controlar e exigir com eficiência
- ♦ Ser capaz de desenvolver campanhas de Email Marketing
- ♦ Desenvolver um plano de Marketing digital sólido e abrangente para a organização
- ♦ Aplicar estratégias SEM e SEO nas estratégias de marketing
- ♦ Utilizar as mídias sociais como um ativo nas campanhas de Marketing
- ♦ Entender como é realizado o processo global de comércio eletrônico e através de quais plataformas ele é gerenciado
- ♦ Conhecer as principais tendências para o uso do comércio eletrônico por meio de dispositivos móveis

04

Competências

Completar este Mestrado Próprio Semipresencial permitirá aos estudantes aprimorar suas habilidades para projetar e implementar ações de Marketing Digital. Dessa forma, eles conhecerão as ferramentas mais inovadoras que podem ser aplicadas em seu desenvolvimento profissional, sendo capazes de implementar estratégias que sejam mais eficazes para o setor em que a empresa atua. Ao finalizar o curso, os alunos poderão se destacar no mercado de trabalho, tendo acesso a cargos de alta direção em pouco tempo.





“

*O Marketing Digital lhe permitirá
direcionar suas ações promocionais para
seu público-alvo, obtendo maior eficácia a
cada campanha"*



Competências gerais

- ♦ Aplicar as habilidades específicas de liderança na gestão de equipes de Marketing
- ♦ Elaborar, implementar e gerenciar as diferentes estratégias de Marketing Digital na empresa
- ♦ Incentivar o comércio eletrônico na empresa para alcançar maiores vendas



Desenvolva todos os seus talentos em um ambiente profissional de alto nível"





Competências específicas

- ♦ Conhecer a fundo as mudanças nos gostos e métodos de compra dos consumidores e adaptar o negócio às suas necessidades
- ♦ Elaborar um plano de Marketing Digital completo
- ♦ Criar e liderar uma estratégia de Marketing Digital que permita o posicionamento correto de nossa empresa em relação aos concorrentes
- ♦ Aplicar ferramentas de pesquisa de mercado quantitativas e qualitativas
- ♦ Conhecer as tendências do Marketing Digital e manter-se atualizado com as principais novidades neste campo
- ♦ Aplicar ferramentas e estratégias de *Inbound Marketing*
- ♦ Utilizar as redes sociais como ferramentas essenciais para aumentar a consciência da marca
- ♦ Conduzir análises online, entender os resultados e usá-los para impulsionar a campanha online da empresa
- ♦ Definir e elaborar um plano de marketing e comunicação em social media
- ♦ 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

05

Conteúdo programático

Pensando nas necessidades atuais do mercado digital e nas competências necessárias para os perfis gerenciais, a TECH projetou o currículo deste programa como uma opção abrangente que aborda todos os princípios necessários na elaboração e implementação de uma estratégia de Marketing Digital. Trata-se de uma oportunidade acadêmica única, não apenas pela qualidade do material teórico, mas também por incluir um estágio prático para colocar em prática o aprendizado de maneira realista.



“

Através da metodologia pedagógica mais eficaz, você explorará todos os princípios essenciais para a implementação de uma estratégia de Marketing Digital efetiva, posicionando e orientando a empresa em direção ao sucesso”

Módulo 1. Marketing digital e comércio eletrônico

- 1.1. Marketing Digital e comércio eletrônico
 - 1.1.1. Economia digital e *Economia Compartilhada*
 - 1.1.2. Tendências e mudanças sociais nos consumidores
 - 1.1.3. Transformação digital das 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 Computação em Nuvem*
 - 1.3.3. Gerenciadores de Conteúdo Web (CMS)
 - 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 LGPD
 - 1.4.2. Usurpação de perfis e seguidores falsos
 - 1.4.3. Aspectos legais na 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. Estratégia de Marketing Digital

- 2.1. *Gerenciando Negócios Digitais*
 - 2.1.1. Estratégia competitiva diante da crescente digitalização dos meios
 - 2.1.2. Projeto e criação de um plano de Marketing Digital
 - 2.1.3. Planejamento e contratação de mídias digitais
 - 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. Vídeo marketing
 - 2.2.4. *Social Sales*
- 2.3. Definir a estratégia de Marketing Digital
 - 2.3.1. *Marketing de Ciclo Fechado*
 - 2.3.2. *Marketing de Ciclo Contínuo*
 - 2.3.3. *Marketing Multicanal*
- 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 no Marketing Digital
 - 2.5.1. *Remarketing*
 - 2.5.2. *Digital Neuromarketing*
 - 2.5.3. *Avatar Marketing*
 - 2.5.4. *Bluecasting*
- 2.6. Gestão de campanhas digitais
 - 2.6.1. *Display Advertising e Rich Media*
 - 2.6.2. Campanhas multiplataforma, multissegmentos, multicutomização
 - 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* eficaz
 - 3.1.2. Benefícios do *Inbound Marketing*
 - 3.1.3. Medir o sucesso do *Inbound Marketing*
- 3.2. Pesquisa do público-alvo
 - 3.2.1. Consumer Intent Modelling & Buyer personas
 - 3.2.2. Mapeamento da Jornada do Cliente
 - 3.2.3. Estratégia de Conteúdo
- 3.3. Otimização de conteúdos
 - 3.3.1. Otimização de conteúdo para mecanismos 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. *Alcance a Blogueiros*
 - 3.5.3. *Impulsioneamento de Conteúdo Pago*
- 3.6. Conversão
 - 3.6.1. *Captura de Leads & CRO*
 - 3.6.2. *Nutrição de Leads & Automação de Marketing*

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. *Empreendedorismo & Inovação*
 - 4.3.1. Estratégias para encontrar oportunidades de negócio
 - 4.3.2. Avaliação da viabilidade de novos projetos
 - 4.3.3. *Sistemas de Gestão da Inovação*
 - 4.3.4. *Soft skills* 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. *Plano de Negócios*
 - 4.5.1. *Plano de Negócios* na era digital
 - 4.5.2. *Canvas da Proposta de Valor*
- 4.6. Financiamento de Startups
 - 4.6.1. Fase de Seed: FFF e Subsídios
 - 4.6.2. Fase de *Startup*: *Investidores Anjos*
 - 4.6.3. Fase de *Growth*: *Capital de Risco*
 - 4.6.4. Fase de Consolidação: IPO

Módulo 5. Marketing de Performance

- 5.1. *Marketing de Permissão*
 - 5.1.1. Como obter a permissão do usuário
 - 5.1.2. Personalização da mensagem
 - 5.1.3. Confirmação de e-mail ou *Opt-in* duplo
- 5.2. Estratégia e técnicas de desempenho
 - 5.2.1. Marketing de Performance: resultados
 - 5.2.2. *Mix* de mídias 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 no *mix* de mídias
 - 5.3.4. Aspectos-chave do RTB em diferentes dispositivos
- 5.4. Desenvolvimento de campanhas de afiliação
 - 5.4.1. Agências e programas de afiliação
 - 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 *E-mail Marketing*
 - 5.6.1. Projeto 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. Copywriting online para campanhas de e-mail marketing
 - 5.8.1. Como criar bons títulos
 - 5.8.2. Redigir conteúdos para *Newsletters*
 - 5.8.3. Chamadas para ação nas *Newsletters*
- 5.9. *Display* e otimização de campanhas
 - 5.9.1. Publicidade, comunicação persuasiva
 - 5.9.2. Behavioral Targeting, Re-Targeting, Re-Messaging
 - 5.9.3. Afiliação
 - 5.9.4. Preparação de campanhas
- 5.10. Métricas *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 em mecanismos 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 de SEO
 - 6.2.1. Indexabilidade
 - 6.2.2. Conteúdo
 - 6.2.3. Popularidade
- 6.3. Análise de 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. *Link building*
 - 6.4.1. Formas de fazer Link building 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 dos apps nos mecanismos de busca
 - 6.5.3. Medição da visibilidade dos aplicativos nos mecanismos de busca
- 6.6. SEO técnico
 - 6.6.1. Web Performance Optimization
 - 6.6.2. *Tempo Real* e conteúdo
 - 6.6.3. Tagging 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. Prova *Social* 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. Pesquisa por palavras-chave 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 vs. Product Ads
 - 7.3.3. Google Shopping e Local
 - 7.3.4. Google Merchant

- 7.4. Pay per click e SEM
 - 7.4.1. Search e Display
 - 7.4.2. Criação de campanhas PPC
 - 7.4.3. Rastreamento de conversões
- 7.5. Facebook Ads
 - 7.5.1. Anúncios de PPC/PPF (Pay Per Fan)
 - 7.5.2. Criação de Facebook Ads
 - 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 vs. 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. Análise 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 vs. Multivariados
 - 8.7.2. Ferramentas de *Teste*
 - 8.7.3. Implementação e execução
- 8.8. CRO em e-commerce
 - 8.8.1. e-commerce e CRO
 - 8.8.2. O Funil do 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 as 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 de 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. *Blog corporativo*
 - 9.5.1. Como criar um blog?
 - 9.5.2. Estratégia de Marketing de conteúdo
 - 9.5.3. Como criar um plano de conteúdos 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 mídia social
 - 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. Gestão de Comércio Eletrônico Digital
 - 10.1.1. Novos modelos de negócios de comércio eletrônico
 - 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 gestionar o *Fulfillment*
 - 10.2.2. Gestão digital do ponto de venda
 - 10.2.3. *Gerenciamento de Contact Center*
 - 10.2.4. Automação na gestão e acompanhamento de processos
- 10.3. Implementação de técnicas de e-commerce
 - 10.3.1. Mídia social e integração no plano de comércio eletrônico
 - 10.3.2. Estratégia *Multicanal*
 - 10.3.3. Personalização de *Dashboards*
- 10.4. Precificação *Digital*
 - 10.4.1. Métodos e gateways de pagamento online
 - 10.4.2. Promoções eletrônicas
 - 10.4.3. Temporização digital de preços
 - 10.4.4. *e-auctions*
- 10.5. 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. Inteligência do Cliente: do e-CRM para o 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 das campanhas do 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 o marketing

- 11.1. Análise web
 - 11.1.1. Fundamentos da análise web
 - 11.1.2. Mídias clássicas vs. mídias digitais
 - 11.1.3. Metodologia de base do analista web
- 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. *Jornada do Cliente*
 - 11.3.3. *Funil de Compra*
- 11.4. Métricas digitais
 - 11.4.1. Métricas básicas
 - 11.4.2. Índices
 - 11.4.3. Estabelecimento 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 análise web
 - 11.10.1. Base tecnológica de uma ferramenta AW
 - 11.10.2. Logs e Tags
 - 11.10.3. Tagging básica e ad hoc

Módulo 12. Marketing Digital e e-commerce

- 12.1. UX Design
 - 12.1.1. Arquitetura da informação
 - 12.1.2. SEO e Análise 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 design 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 do *Marketing* de Conteúdo
 - 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 webapps
 - 13.2.4. Sensores e integração com o mundo físico
- 13.3. Tendências do Mobile Marketing
 - 13.3.1. Mobile Publishing
 - 13.3.2. Advergaming e Gammification
 - 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. O celular como impulsionador 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. Gap entre consumidor e anunciante
 - 13.5.5. Gestores de conteúdo em *Mobile Commerce*
- 13.6. Apps e compras
 - 13.6.1. Projetando Apps Mobile Commerce
 - 13.6.2. Apps store
 - 13.6.3. App Marketing para fidelização de clientes
 - 13.6.4. App Marketing para e-commerce
- 13.7. Pagamentos móveis
 - 13.7.1. Cadeia de valor e modelos de negócio dos métodos de pagamento móveis
 - 13.7.2. Aspectos-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. Análítica 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 e Big Data*
 - 14.1.1. Impacto do *Big Data* e *Data Science* na estratégia de negócio
 - 14.1.2. Introdução à Linha de Comando
 - 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. *Aprendizado de Máquina*
 - 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 colaborativa
- 14.6. Casos de sucesso em *Data Science*
 - 14.6.1. Segmentação de clientes por meio do modelo RFM
 - 14.6.2. Aplicação de design de Experimentos
 - 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: DynamosDB
 - 14.8.3. Google Cloud Computing
 - 14.8.4. Google BigQuery

06

Estágio

O ensino prático deveria ser um requisito fundamental em qualquer setor, pois é a melhor maneira de os alunos consolidarem os conhecimentos adquiridos durante seus estudos teóricos e demonstrarem que podem realizar suas tarefas com facilidade. A TECH, em seu compromisso de apresentar aos alunos a melhor oferta acadêmica do mercado, desenvolveu este Mestrado Próprio Semipresencial que combina o ensino teórico online com um estágio prático em uma das melhores empresas do setor.



“

Aprender as ferramentas de Marketing na prática permitirá que você demonstre seu valor e tenha acesso mais rápido a cargos importantes nas grandes agências do setor"

A opção de Capacitação Prática deste programa consiste em um estágio prático em uma empresa de referência no setor, com duração de 3 semanas de segunda a sexta-feira, com jornadas de 8 horas consecutivas de ensino prático ao lado de um profissional na área. Esse estágio permitirá que os alunos compreendam em profundidade como realizar a gestão e direção de ações de Marketing Digital que contribuam para construir uma imagem e reputação adequadas da empresa. Além disso, eles terão a oportunidade de conhecer as principais ferramentas que podem ser disponibilizadas às empresas para impulsionar o comércio eletrônico.

Nessa proposta de capacitação, totalmente prática, as atividades visam o desenvolvimento e aperfeiçoamento das competências necessárias para funções gerenciais nos departamentos de Marketing e Vendas. Os participantes adquirirão as qualificações necessárias para gerenciar todas as ações promocionais e publicitárias que visem atrair um público maior, bem como promover os canais de comércio online.

É, sem dúvida, uma oportunidade de aprender trabalhando nos departamentos de Marketing e Vendas das principais empresas do setor, conhecendo o dia a dia de trabalho de profissionais com vasta experiência. Dessa forma, será uma opção de grande valor para o aluno que deseja integrar equipes de gestão, planejando, controlando e gerenciando diferentes estratégias para as empresas.

Nesse sentido, o estágio prático em uma empresa líder do setor permitirá que o aluno realize um número mínimo de atividades práticas em diferentes áreas e departamentos da empresa, obtendo uma visão geral do setor que lhe permitirá entrar rapidamente no mercado de trabalho, tornando-se um dos profissionais mais competitivos do momento.

O ensino prático será realizado com a participação ativa do aluno, executando as atividades e os procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação de professores e outros parceiros de capacitação para facilitar o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática diária (aprender a ser e aprender a conviver).





Os procedimentos descritos abaixo constituirão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Técnicas Avançadas em Marketing Digital	Redigir conteúdo de acordo com os métodos de <i>Inbound Marketing</i>
	Verificar a conversão das atividades de Marketing Digital utilizando métodos e ferramentas avançadas
	Participar no desenvolvimento de campanhas de <i>E-mail Marketing</i> e de <i>afiliação</i> , assim como no <i>Social Media Plan</i>
	Avaliar por meio de métodos e ferramentas avançadas o <i>Business Plan</i>
	Avaliar a estratégia através do Google Analytics
Estratégias de marketing digital para alcançar posicionamento de marca	Realizar análise de SEO: verificar a navegabilidade, garantir que a estrutura de URLs seja "SEO Friendly", verificar links quebrados, conteúdo duplicado, etc.
	Aplicar Link building, SEM e Google Adwords para potencializar os processos
	Realizar análise do e-commerce: examinar a página do ponto de vista do consumidor
	Aplicar a metodologia de Conversion Rate Optimization(CRO) de acordo com os objetivos estabelecidos na empresa
	Gerenciar as campanhas digitais
Marketing Digital para comércio eletrônico	Aplicar o <i>Digital Design</i>
	Avaliar a usabilidade do site e outras plataformas utilizadas por meio de recursos e ferramentas avançadas
	Conduzir a análise da interface do usuário e da experiência de compra
	Analisar o comportamento dos usuários móveis por meio das ferramentas de análise
	Implementar técnicas de e-commerce e analisar sua eficácia
	Gerenciar o Digital e-commerce Management

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de capacitação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo, está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para isso, esta entidade educacional se compromete a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a capacitação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da capacitação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa de Capacitação Prática no centro.



Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante o Mestrado Próprio Semipresencial o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo dúvidas e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá uma duração de três semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de 8 horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.

3. NÃO COMPARECIMENTO: em caso de não comparecimento no dia de início do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-lo sem que haja a possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas. A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, conseqüentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

4. CERTIFICAÇÃO: ao passar nas provas do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

5. RELAÇÃO DE EMPREGO: o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de nenhum tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem exigir um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio Semipresencial. Nesses casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágio da TECH para que seja confirmada a atribuição do centro escolhido.

7. NÃO INCLUÍDO: o Mestrado Próprio Semipresencial não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.

07

Onde posso realizar o Estágio?

O sucesso da TECH no mercado acadêmico não se resume apenas a oferecer a melhor educação no cenário universitário, mas também decorre de seu compromisso com uma educação prática, realista e de qualidade. Por isso, disponibiliza capacitações profissionais como esta, onde o foco em estágios em um centro de prestígio faz a diferença entre apenas um aprendizado teórico e um aprendizado eminentemente prático. Assim, para este programa, a TECH propõe centros em toda a região nacional, onde os alunos podem aprender tudo sobre a gestão do Marketing Digital sob a orientação de profissionais de renome.



“

As melhores agências de marketing digital abrirão suas portas para mostrar a você como é o trabalho no setor"

Os alunos poderão realizar a parte prática deste Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



Escola de Negócios

Clínicas DH central

País
Espanha

Cidade
Valência

Endereço: Plaza Alquería de Culla nº 4, oficina
802, 46910 Alfafar, Valencia

Clínica especializada em Medicina Estética e Depilação
Médica a Laser

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Gestão de Redes Sociais -Community Manager



Escola de Negócios

Goose & Hopper España

País
Espanha

Cidade
Valência

Endereço: La Marina de Valencia, Muelle
de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agência de publicidade, design, tecnologia e
criatividade

Capacitações práticas relacionadas:

-Gestão da Comunicação e Reputação Digital
-Modelagem 3D Orgânica



Escola de Negócios

Xcolme

País
Espanha

Cidade
Navarra

Endereço: C. de Ansoain, 4, bajo, 31014
Pamplona, Navarra

Agência líder em marketing digital

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Gestão de Redes Sociais Community Manager



Escola de Negócios

Lady Moustache

País
Espanha

Cidade
Navarra

Endereço: Calle San Nicolás, Nº 76, 4º 31001
Pamplona (NAVARRA)

Agência de Comunicação e Publicidade especializada em
Marketing, design gráfico, branding, embalagens e websites

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Gestão de Redes Sociais Community Manager



Escola de Negócios

Premium global health care Madrid

País
Espanha

Cidade
Madri

Endereço: C. de Víctor de la Serna, 4,
28016 Madrid

Reabilitação, readaptação e treinamento pessoal: esses
são os pilares da clínica de fisioterapia em Chamartín

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Gestão de Projetos



Escola de Negócios

Premium global health care Fuenlabrada

País
Espanha

Cidade
Madri

Endereço: Paseo de Roma, 1, 28943
Fuenlabrada, Madrid

Reabilitação, readaptação e treinamento pessoal: esses
são os pilares da clínica de fisioterapia em Fuenlabrada

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Gestão de Projetos



Escola de Negócios

Premium global health care Pozuelo

País
Espanha

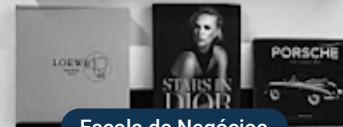
Cidade
Madri

Endereço: Centro Comercial Monteclaro, Local
59.4, s/n, Av. de Monteclaro, d, 28223 Pozuelo
de Alarcón, Madrid

Reabilitação, readaptação e treinamento pessoal: esses
são os pilares da clínica de fisioterapia em Pozuelo

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Gestão de Projetos



Escola de Negócios

Nameless Agency

País Cidade
México Cidade do México

Endereço: Tula 30 Colonia Condesa
Cuauhtémoc C.P. 06140

Empresa especializada em marketing digital e
relações públicas

Capacitações práticas relacionadas:

- Comunicação Publicitária
- MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Goose & Hopper México

País Cidade
México Michoacán de Ocampo

Endereço: Avenida Solidaridad Col. Nueva
Chapultepec Morelia, Michoacan

Agência de publicidade, design, tecnologia e
criatividade

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão da Comunicação e Reputação Digital
- Modelagem 3D Orgânica



Escola de Negócios

Happy Studio Creativos

País Cidade
México Cidade do México

Endereço: Limantitla 6A Santa Úrsula Xitla
Tlalpan 14420 CDMX

Empresa criativa dedicada ao mundo audiovisual e à
comunicação

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Roteiro Audiovisual



Escola de Negócios

Break Point Marketing

País Cidade
México Cidade do México

Endereço: Calle Montes Urales 424 4to piso
lomas- Virreyes, Lomas de Chapultepec, Miguel
Hidalgo C.P 11000 CDMX

Empresa criativa especializada em Marketing Digital e
comunicação

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico



Escola de Negócios

Tribalo

País
México

Cidade
Querétaro

Endereço: Ignacio Pérez Sur N°49
El Carrizal Querétaro

Agência de publicidade e Marketing Digital

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Comunicação Publicitária



Escola de Negócios

EPA Digital

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Avenida Ejército Nacional 418
piso 9 Polanco V Sección CDMX C.P. 11520

Agência de Marketing e Comunicação Digital

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- MBA em Gestão de Publicidade e Relações Públicas



Escola de Negócios

Damente Digital

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Av. Coyoacán 931 Col. Del Valle
Centro, Benito Juárez C.P. 03100 CDMX

Agência de Marketing Digital, comunicação e
publicidade

Capacitações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Estudio 630

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Av. Santa Fe 428-Piso 15, Lomas de
Santa Fe, Contadero, Cuajimalpa de Morelos,
05300 Ciudad de México, CDMX, México

Empresa criativa para mídia digital

Capacitações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Futurité

País
México

Cidade
Novo Leão

Endereço: Av. José Vasconcelos 345 piso 21
Col. Santa Engracia San Pedro Garza García
Monterrey Nuevo León

Empresa de análise da web, design gráfico e softwares

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico



Escola de Negócios

Grupo Neo

País
México

Cidade
Querétaro

Endereço: Fernando Soler 118 Col. La Joya
Querétaro C.P. 76180

Empresa especializada em Design Gráfico
e trabalhos criativos

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico



Escola de Negócios

Advanta Advisor

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Av. Santa Fe 505 piso 21 Col. Cruz
Manca Santa Fe

Empresa especializada no setor financeiro
para assessoria administrativa e jurídica

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Gestão de Redes Sociais Community Manager



Escola de Negócios

Innovación Gráfica

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col
Obrera, CP. 06800, CDMX

Empresa especializada em marketing e arquitetura
comercial

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão Comercial e Vendas
- MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Coppel

País
México

Cidade
Sinaloa

Endereço: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos
Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Empresa especializada em serviços financeiros e serviços
de consultoria

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico



Escola de Negócios

ITYC

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Xochicalco 495 Col. Vértiz Narvarte
Alcaldía Benito Juárez CDMX C.P. 03600

Escola trilingue com educação humanista laica e mista

Capacitações práticas relacionadas:

- Programação e Implementação de Projetos Educacionais



Escola de Negócios

CBM Innovación en Estrategias SAS

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro,
56100 Texcoco, Edo. de Méx.

Empresa especializada em promoção comercial digital
e offline

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- MBA em Gestão de Business Intelligence



Escola de Negócios

Liverpool

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Mario Pani No. 200 Col. Santa Fe Cuajimalpa C.P 05348 Cuajimalpa CDMX

Empresa especializada em marketing digital e estratégias comerciais

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Gestão de Redes Sociais Community Manager



Escola de Negócios

Grupo Fórmula

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc, Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Empresa líder em comunicação multimídia e criação de conteúdo

Capacitações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- Gestão de Pessoas



Escola de Negócios

Amperson

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Dr. Vertiz 652, int 302, Narvarte Poniente, Benito Juárez, 03023, Ciudad de México, México

Agência de Marketing e Comunicação Digital

Capacitações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- MBA em Gestão de Publicidade e Relações Públicas





Escola de Negócios

SENNA Automotores S.A.

País
Argentina

Cidade
Santiago del Estero

Endereço: Belgrano sur 979- Santiago del estero

Concessionária oficial da Toyota

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Sidermet San Luis S.A.

País
Argentina

Cidade
São Luis

Endereço: Ruta 3, km 1, Ciudad San Luis

Atacadista líder em materiais elétricos e de ferro e aço

Capacitações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Piensamarketing

País
Argentina

Cidade
Rio Negro

Endereço: Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agência de marketing e comunicação social e digital

Capacitações práticas relacionadas:

-Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
-MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Web Experto

País
Argentina

Cidade
Santa Fé

Endereço: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso
Oficina 17, Rosario, Santa Fe

Empresa de gestão digital e orientação para web

Capacitações práticas relacionadas:

-Gestão Comercial e Vendas
-MBA em Marketing Digital

0? 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 faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, 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 se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

A Escola de Negócios da TECH 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 competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



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 curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, 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 resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

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

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 o 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 irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias 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 elementos didáticos diferentes em cada aula.

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-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

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

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar 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.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, 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 do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educacional, preparado cuidadosamente para os profissionais:



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite 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 inovadoras e oferecendo alta qualidade em todo o material que colocamos à disposição do aluno.



Masterclasses

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

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



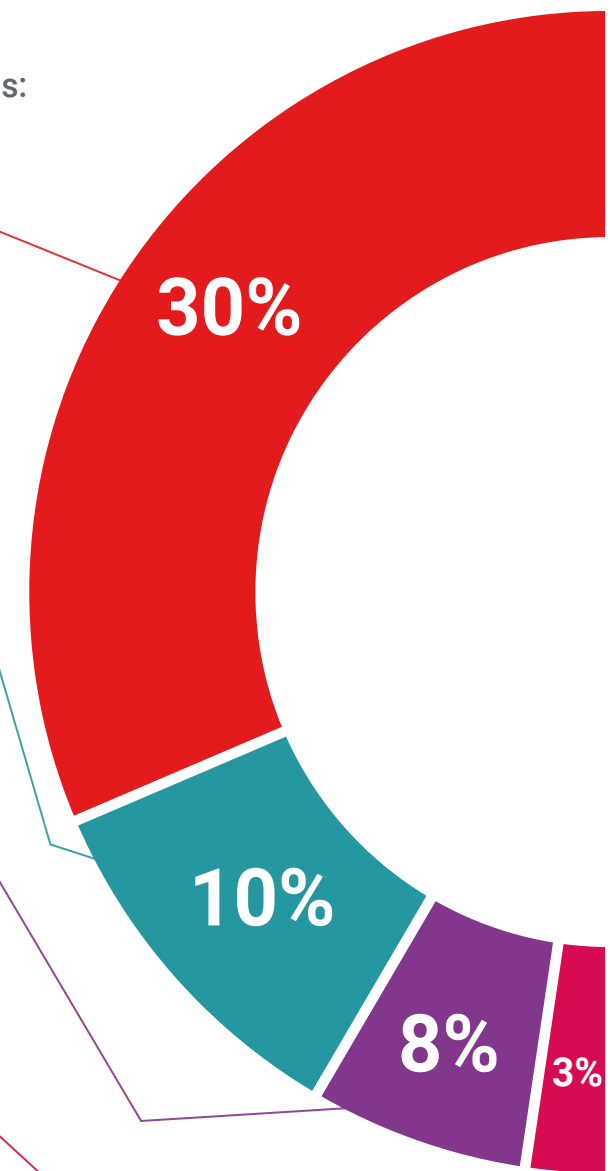
Práticas de habilidades gerenciais

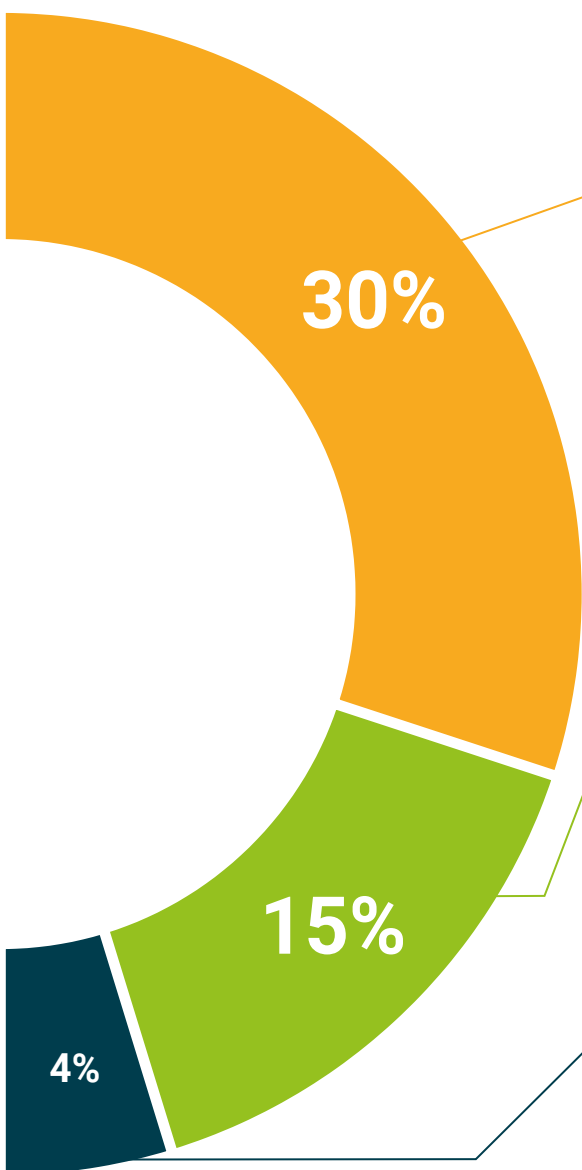
Você realizará atividades para desenvolver competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

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



**Estudos de caso**

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. 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, gráficos e mapas conceituais para consolidar 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 conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação para que ele possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



09

Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Marketing Digital garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Marketing Digital** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do cenário profissional e acadêmico.

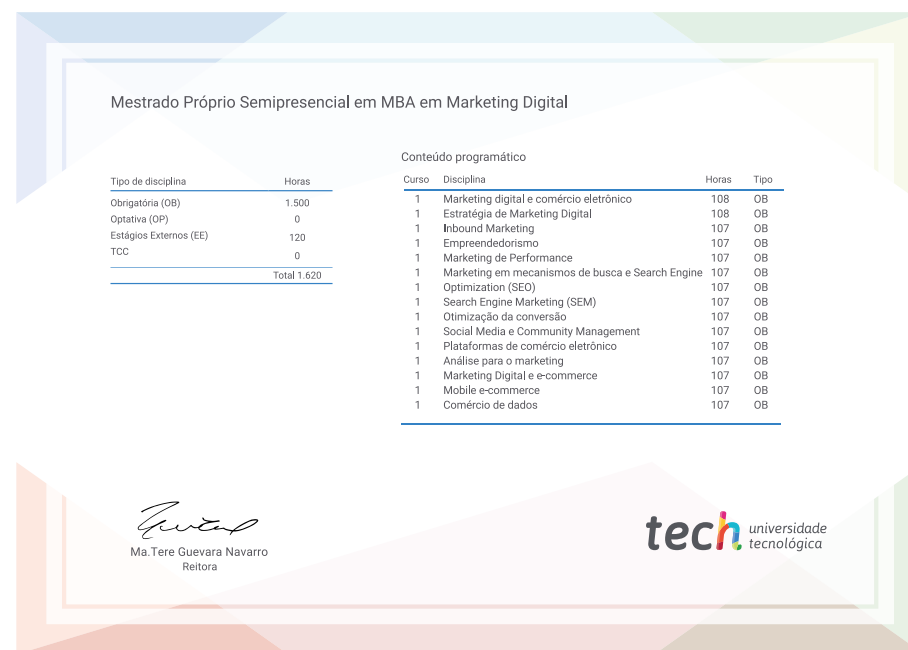
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

Além do certificado de conclusão, o aluno poderá solicitar uma declaração e o certificado do conteúdo do programa. Para isso, será necessário entrar em contato com o orientador acadêmico, que irá proporcionar todas as informações necessárias.

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Marketing Digital**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágio)**

Duração: **12 meses**





Mestrado Próprio
Semipresencial
MBA em Marketing Digital

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Marketing Digital