



CURSO DE EXTENSÃO
MARKETING 4.0 E NOVOS COMPORTAMENTOS DO CONSUMIDOR

ONLINE AO VIVO

Agradecemos seu interesse em nossos programas de ensino e lhe cumprimentamos pela iniciativa de buscar o seu aperfeiçoamento profissional.

Você está recebendo o programa do curso **Marketing 4.0 e Novos Comportamentos do Consumidor** da Escola de Negócios e Seguros. Nele você encontrará todas as informações sobre o curso e outros detalhes, como período de realização, horário, local e procedimentos para efetivação de sua matrícula. O valor do investimento encontra-se em um anexo específico.

Na oportunidade, gostaríamos de ressaltar que o pré-requisito para os Cursos de pós-graduação, em nível de extensão, da Escola de Negócios e Seguros é o ensino superior completo, e em casos especiais, consideraremos o notório saber do candidato que eventualmente não possua nível superior. Estes casos particulares deverão ser alvo de avaliação curricular pela coordenação do curso.

As inscrições devem ser realizadas através do nosso site e a nossa equipe dará prosseguimento às atividades necessárias de confirmação de matrícula.

Atenciosamente,

DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR

A ESCOLA DE NEGÓCIOS E SEGUROS

Fundada em 1971, a Escola de Negócios e Seguros (ENS) tem a missão de promover uma educação transformadora, por meio de programas de excelência, que contribuam para o desenvolvimento de profissionais capacitados a atuar em diversas áreas de negócios, além de estimular e disseminar a cultura de seguros. Atuando dentro do modelo da educação continuada, a Instituição atende às necessidades dos profissionais brasileiros, ajudando-os a enfrentar um mercado com forte competitividade.

Desde a sua criação, a ENS vem contribuindo com o desenvolvimento da indústria do seguro ao oferecer programas educacionais, apoiar pesquisas técnicas, publicar vasta gama de títulos e promover eventos. Nesse período, também vem se notabilizando pela troca de experiências com instituições de ensino do Brasil e exterior, ao estabelecer convênios de cooperação técnica.

Em 2005, obteve parecer favorável do Ministério da Educação – MEC para ministrar, no Rio de Janeiro, o Bacharelado em Administração de Empresas com Linha de Formação em Seguros e Previdência, o primeiro do País com essas características. Assim, a ENS confirmou seu comprometimento com a alta qualificação de profissionais para um setor que vem se tornando cada vez mais complexo.

Presente em mais de 60 localidades de todas as regiões do Brasil, por meio da atuação de duas coordenações regionais (Rio de Janeiro e São Paulo) e de parcerias com outras instituições, a ENS atende a mais de 16 mil alunos e participantes por ano, em cursos e outros programas educacionais, presenciais e online. Consegue, assim, manter e expandir o elevado padrão de qualidade que é sua marca, bem como ratificar sua condição de maior e melhor escola de seguros do Brasil.

OBJETIVOS DO CURSO

O presente curso tem o objetivo de desenvolver uma forma organizada de análise das diferentes fontes do Marketing 4.0: Efeito Google, efeito Redes Sociais e por último, o efeito Serviços, a partir de fundamentos teóricos e práticos que auxiliam na compreensão do Marketing 4.0 e os novos comportamentos do consumidor.

O aluno será capaz de compreender as etapas do processo decisório em marketing e seus elementos, além de conhecer diferentes modelos, ferramentas e metodologias para análise de riscos, montagem de cenários e tomada de decisão na área. Adicionalmente, serão abordados os conceitos do sistema de apoio e tipos de decisão,

diagnóstico de causa problema e comprometimento de equipe e antecipação e prevenção de problemas na implementação de estratégias no Marketing 4.0.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- Experiências do consumidor 4.0
- Efeitos das Tecnologias no hábito de compra e consumo
- Análise estatística sobre o comportamento do consumidor
- Visualização de dados de Marketing para tomada de decisão

REQUISITOS

Graduação completa.

ESTRUTURA CURRICULAR

O curso possui carga horária total de 24 horas, com duração aproximada de 2 meses.

GRADE CURRICULAR

Conteúdos	Carga Horária Horas
Marketing 4.0 e Novos Comportamentos do Consumidor	24
Total	24 horas

EXECUÇÃO E METODOLOGIA DO CURSO

Com carga horária de 24 horas, o curso **Marketing 4.0 e Novos Comportamentos do Consumidor** será 100% online com aulas ao vivo. As aulas acontecerão nas quartas feiras, das 19h às 22h15, com 15 minutos de intervalo.

As disciplinas serão ministradas através da plataforma de ensino da **Sala do Futuro**, somada a utilização de ferramentas de suporte à aprendizagem do ambiente virtual da

ENS, principalmente por meio de atividades de fóruns de discussão e disponibilização de conteúdos e cases para resenhas e debates síncronos.

A metodologia e dinâmica do curso prevê as seguintes atividades na Sala do Futuro:

- **Palestras** (vídeos e podcasts) **com especialistas da área;**
- **Ciclo de debates:** permitem que os alunos organizem suas ideias e estejam prontos a defendê-las de forma a criarem um clima de transformação digital importante para suas equipes;
- **Estudos de Casos reais**
- **Prototipação:** de um trabalho de Gestão de Dados / Inteligência de Negócios com dados do Setor Segurador.

MATERIAL DIDÁTICO

Ao início de cada módulo o material didático produzido pelos docentes para cada disciplina será disponibilizado no ambiente EAD. O conjunto de slides terá formato PDF.

Caberá aos alunos, se assim desejarem, imprimir o material de cada disciplina para acompanhar as aulas.

Artigos, vídeos e relatórios divulgados compõem o material didático e serão usados para debates em sala de aula.

AMBIENTE EAD

O ambiente foi criado com o objetivo de disponibilizar diversas atividades de interação e comunicação, tais como:

- Informações e referências importantes do curso (manual do aluno, regulamentos, horário etc.);
- Encaminhamento e postagem de avisos;
- Disponibilização dos conteúdos trabalhados pelo docente em sala de aula; e
- Ferramentas de comunicação com a coordenação do curso.

AVALIAÇÃO

Para ter direito à certificação, o aluno deverá cursar com assiduidade e obter frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) na carga horária total do curso. A frequência será apurada considerando o acesso e participação nos encontros ao vivo.

A avaliação: Trabalho a ser definido em sala de aula e será aplicado após o final do curso, com entrega até 20 dias após sua conclusão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARRETO, M. A. Análise de estratégias de marketing através do marketing 4.0 : O caso da Vogue Brasil. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.

BERGAMO, F. V. M. et al. Relacionamento dos Usuários com Marcas nas Mídias Sociais: uma análise netnográfica das interações nos perfis da marca Guaraná Antarctica. In: ENANPAD, 40., 2016, Costa do Sauípe (BA). Anais. Costa do Sauípe/ BA: ANPAD, 2016.

SOUZA, Márcio Vieira de; GIGLIO, Kamil. Mídias digitais, redes sociais e educação em rede: experiências na pesquisa e extensão universitária. São Paulo: Blucher, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KOTLER, P., KARTAJAYA, H. & SETIAWAN, I. MARKETING 4.0: MUDANÇA DO TRADICIONAL PARA O DIGITAL. Coimbra, Portugal: Conjuntura Actual Editora. Trad. Pedro Elói Duarte. (218 páginas), ISBN 9789896942083

MATOS, J. S. A INDÚSTRIA 4.0 NA ECONOMIA BRASILEIRA: Seus benefícios, impactos e desafios. Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, dezembro de 2018. MINAS GERAIS. 2018.

REZ, Rafael; SACCARO, Ellen; MORAES, Alex. Manifesto. A Revolução do Conteúdo. Clicktime, 2014.

RODRIGUES, Rodrigo Siqueira. Comunicação e Geração Y: suas relações e algumas reflexões teóricas. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0750-1.pdf> >. Acesso em: 23 abr. 2021.

SANTANA, Paulo Henrique Basílio. MOREIRA, Isabella Soares. TELES, Luiza Christomo Brito.

SCHIONTEK, Mateus; COHENE, Vitória Castilho; BUIATTI, Renato. O Netflix e a mudança na distribuição audiovisual com a popularização do streaming. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1859-1.pdf>> Acesso em: 23 abr. 2021.

CORPO DOCENTE

Professora: Edmila Montezani

Graduada em Matemática pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) e Mestre em Modelagem Estatística pelo IPEN/USP. Atualmente é Head de Desenvolvimento de Demanda e Estatística no Grupo Pão de Açúcar (GPA). Atuou em Modelagem Estatística, Business Intelligence e Big Data Analytics nos mais diversos segmentos, como Mantecorp Indústria Química e Farmacêutica, Coca Cola FEMSA, Itaú e Comgás. É professora universitária há 16 anos e possui 23 artigos publicados em revistas científicas nacionais e internacionais, nas áreas de Matemática Aplicada, Estatística e Business Intelligence.

Coordenação: Edval da Silva Tavares

Possui doutorado em Engenharia de Produção pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (2004). Está no programa de Postdoc do Depto de Engenharia de Produção da Poli USP com a linha de pesquisa: Alinhamento do Planejamento Estratégico com TI, com foco nas dimensões sociais. Atualmente é professor da Escola de Negócios e Seguros, Coordenador do MBA Seguros e Resseguros, MBA Gestão Estratégica de Seguros e Gestão de Inovação em Seguros, disciplinas que leciona: Gestão Estratégica e Gestão e Elaboração de Projetos. Professor tutor da disciplina Operações de Seguros no MBA Gestão de Seguros e Resseguros. Professor na Universidade Presbiteriana Mackenzie com a disciplina Tecnologia e Gerenciamento da Informação e Professor da Fundação Vanzolini com a Disciplina Análise Estratégica no Curso de Análise de Negócios. Atuou com o Executivo de TI no Unibanco com projetos de Inovação como Unibanco 30 horas telefone e gerenciou o projeto do primeiro Internet Banking do Unibanco, Brasilprev, Zurich Seguros, e PWC como consultor. Experiência em consultoria: revisão de processos, "sourcing" e planejamento estratégico de TI e vendas em consultoria de T.I. Forte alinhamento entre as áreas de negócio e T.I.

Obs: as turmas serão confirmadas em até 1 dia útil após o término das inscrições.

O cancelamento que se caracteriza pela desistência do aluno antes da realização de qualquer disciplina, obedecerá ao disposto no contrato/termo de prestação de serviços educacionais.

Na falta de "quórum" na opção escolhida o candidato poderá participar da análise de perfil para outros cursos disponíveis ou solicitar restituição integral do valor pago.