



MBA EXECUTIVO EM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO
MERCADO DE SEGUROS - SEMIPRESENCIAL



Prezado(a) Sr.(a.),

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 de **MBA Executivo em Transformação digital no mercado de seguros – Semipresencial** 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.

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

Atenciosamente,

Mario Couto Soares Pinto
DIRETOR DE ENSINO SUPERIOR

www.ens.edu.br/mbas

A ESCOLA DE NEGÓCIOS E SEGUROS (ENS)

Fundada em 1971, a Escola de Negócios e Seguros (ENS) tem a missão de **desenvolver o mercado de seguros** por meio da geração e difusão de conhecimento e da capacitação de profissionais. 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 40 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.

APRESENTAÇÃO DO CURSO

Preparar os participantes para o exercício de funções de gestão e liderança no mercado de seguros, permitindo:

- Desenvolvimento de habilidades de comunicação e interlocução com mundo digital;
- Mudança do *mindset* para as transformações digitais iminentes e em curso;
- O conhecimento necessário para enfrentar as grandes transformações que estão ocorrendo na gestão das organizações, decorrente das rápidas mudanças ambientais;
- A percepção de que a globalização da economia exige das organizações irrestrito comprometimento com a eficiência, eficácia, competitividade, rentabilidade e crescimento sustentável;
- A consciência de que a mudança de paradigmas é um imperativo categórico;

- A certeza de que a necessidade de mudança da cultura organizacional é fundamental para a sobrevivência;
- O aprimoramento dos conhecimentos sobre diferentes abordagens gerenciais, por meio do instrumental necessário para implantação de técnicas avançadas de gestão de seguros;
- A discussão dos princípios da gestão de riscos e seguros, linhas teóricas, processos e ferramentas, com foco na realidade brasileira e com vinculação à questão comportamental;
- A preparação de profissionais, desenvolvendo habilidades e competências necessárias para os novos desafios do mercado.

PÚBLICO-ALVO

Profissionais com ensino superior completo, interessados em desenvolver conhecimentos atualizados sobre transformação digital. Possibilidade de utilização de 1 módulo de extensão (25% do programa) para aproveitamento de crédito no MBA de Transformação Digital no Mercado de seguros.

Público principal formado por profissionais nas seguintes posições:

- Gestores de seguradoras;
- Analistas sênior do mercado de seguros;
- Profissionais que atuam na área comercial de seguradoras;
- Profissionais de marketing e inovação de seguradoras;
- Profissionais de atendimento e ouvidoria no mercado de seguros;
- Proprietários ou gerentes de corretoras de seguros
- Profissionais responsável pela experiência do cliente, desenho de produtos e/ou inovação;
- Empreendedores com soluções para o mercado de seguros;
- Prestadores de serviços focados no mercado de seguros;
- Profissionais em transição de carreira para área de seguros.

REQUISITOS

Graduação completa.

ESTRUTURA CURRICULAR

Com duração de cerca de 1 ano e meio, o MBA Executivo em Transformação digital no mercado de seguros semipresencial é constituído de 432 horas/aula, formadas por 4 módulos de 108 horas. Os módulos são compostos por 6 disciplinas presenciais de 12 horas/aula cada e 1 disciplina em EAD de 36 horas/aula cada. Complementar às disciplinas regulares, o módulo EAD contempla atividades específicas, dinâmicas,

exercícios, encontros virtuais, webinars, monitoria para o desenvolvimento do projeto de bloco e complementação pedagógica em ambiente e tecnologias digitais.

GRADE CURRICULAR

Módulo 1	CULTURA E NEGÓCIOS DIGITAIS NO MERCADO DE SEGUROS	
	Disciplina	Carga Horária
PRESENCIAL	Transformação digital no mercado de seguros e Cultura digital na prática	12
	Propósito, motivações de carreira e o papel da liderança 2.0	12
	Metodologias digitais: Lean Startup, Design Thinking, Business Model Canvas	12
	Cenários Prospectivos no Mercado de Seguros	12
	Tecnologias Disruptivas (blockchain, VR, Cloud, IoT)	12
	Projeto Integrador em Cultura e Negócios Digitais no Mercado de Seguros	12
EAD	Orientação do Projeto Integrador em Cultura e Negócios Digitais no Mercado de Seguros	36
	Total	108

Módulo 2	USABILIDADE E METODOLOGIAS ÁGEIS APLICADOS ÀS SEGURADORAS E CORRETORAS	
	Disciplina	Carga Horária
PRESENCIAL	Comportamento do consumidor e economia compartilhada	12
	Gestão de projetos digitais	12
	Mindset ágil: Scrum, Kanban, agile, lean	12
	Inteligência artificial, Machine learning e deep learning	12
	Experiência do usuário e User interface	12
	Projeto Integrador em Usabilidade e Metodologias Ágeis Aplicados às Seguradoras e Corretoras	12
EAD	Orientação do Projeto Integrador em Usabilidade e Metodologias Ágeis Aplicados às Seguradoras e Corretoras	36
	Total	108

Módulo 3	MARKETING DIGITAL DE RESULTADOS PARA O MERCADO DE SEGUROS	
	Disciplina	Carga Horária
PRESENCIAL	Planejamento digital no mercado de seguros	12
	Publicidade digital: Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads e LinkedIn Ads	12
	Inbound Marketing, Outbound Marketing e Funil de conversão	12

	Marketing de busca (SEO e SEM)	12
	Automação de marketing, E-mail Marketing e fluxos de cadência	12
	Projeto Integrador em Marketing Digital de Resultados para o Mercado de Seguros	12
EAD	Orientação do Projeto Integrador em Marketing Digital de Resultados para o Mercado de Seguros	36
	Total	108

Módulo 4	MÉTRICAS, ANALYTICS E DATA SCIENCE APLICADOS AO UNIVERSO DE SEGUROS	
	Disciplina	Carga Horária
PRESENCIAL	Introdução à ciência dos dados	12
	Data driven Marketing focado em resultado	12
	Big Data e mineração de dados	12
	Blockchain e criptomoedas	12
	Web analytics para a tomada de decisão para a tomada de decisão	12
	Projeto Integrador em Métricas, Analytics e Data Science Aplicados ao Universo de Seguros	12
EAD	Orientação do Projeto Integrador em Métricas, Analytics e Data Science Aplicados ao Universo de Seguros	36
	Total	108

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

MÓDULO 1 - CULTURA E NEGÓCIOS DIGITAIS NO MERCADO DE SEGUROS

➤ [TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO MERCADO DE SEGUROS E CULTURA DIGITAL NA PRÁTICA](#)

Esta disciplina por objetivo capacitar o aluno a compreender os principais pontos que envolvem a transformação digital no mercado de seguros e capacitá-los a desenvolver um projeto de transformação digital aplicado à uma corretora de seguros, considerando as novas tecnologias disruptivas juntamente aos conceitos de planejamento estratégico, gestão comercial e marketing, e seu impacto na cultura organizacional da empresa, de forma que permitam promover com sucesso a evolução de uma empresa de seguros.

- Conceitos;
- Oportunidades;
- Perspectivas;
- Benefícios;
- Tendências;
- Novas tecnologias;
- Exemplos práticos do mundo dos negócios;
- Internet das coisas (IoT);
- Inteligência Artificial (IA);
- Mobile and Analytics;
- Outras ferramentas;
- Gestão de vendas;
- Gestão de marketing digital;
- Novos serviços e produtos;

- Estrutura para transformação digital;
- Como Gerenciar a mudança organizacional;
- Liderança na transformação digital;
- Novas competências para a nova realidade do mercado.

➤ PROPÓSITO, MOTIVAÇÕES DE CARREIRA E O PAPEL DA LIDERANÇA 2.0

Esta disciplina por objetivo capacitar o aluno a compreender os principais conceitos de liderança e motivação nas empresas e seus impactos organizacionais, com foco em corretoras de seguros.

- Contexto histórico;
- Tipos de liderança;
- Liderança e motivação;
- A arte de liderar e inspirar;
- Atitudes motivadoras;
- Profissionais de alta performance;
- Realização profissional;
- Cultura digital e inovação;
- Inovação social;
- Novas relações e a liberdade no trabalho;
- O Líder Coach;
- Organizações exponenciais;
- Novas motivações e seu impacto nas estratégias das empresas;
- Desenvolvendo equipes de alto desempenho.

➤ METODOLOGIAS DIGITAIS: LEAN STARTUP, DESIGN THINKING, BUSINESS MODEL CANVAS

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno para atuar na inovação e validação de negócios das suas empresas através das principais ferramentas usadas nas startups e nos departamentos de inovação das empresas.

- Diferença entre BMC e Plano de Negócios;
- Os Blocos do Business Model Canvas;
- Fundamentos do Lean Canvas Startup;
- Loop de Aprendizado;
- MVP (Produto de Menor Valor Viável);
- Ponto de vista e Ideação;
- Protótipo e testes.

➤ CENÁRIOS PROSPECTIVOS NO MERCADO DE SEGUROS

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno a compreender os principais conceitos da prática de elaboração de cenários prospectivos para apoiar o processo decisório relacionado ao planejamento estratégico de uma corretora de seguros.

- Formas de estudar o futuro
- Atitude prospectiva – definição e contexto
- Estratégia e posicionamento perante o futuro
- Definir planejamento baseado em cenários e seus objetivos
- Definir o que são cenários
- Listar métodos de elaboração de cenários prospectivos
- Identificar as características de cada método
- Desafios;
- Oportunidades;
- Inovações;
- Principais conceitos;
- Gestão de vendas;
- Gestão de marketing digital;
- Novos serviços e produtos;
- Conceito sobre Análise Estrutural;

- Elaboração da Análise Estrutural;
- Matriz de impacto cruzado;
- Cenários possíveis, desejáveis e realizáveis.

➤ TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS (BLOCKCHAIN, VR, CLOUD, IOT)

Esta disciplina por objetivo avaliar a teoria e prática relacionadas às novas tecnologias com ênfase no mercado de seguros e suas aplicações e desenvolvimentos de novos produtos, serviços e nas novas relações com seus clientes.

- Tendências;
- Novas tecnologias;
- Exemplos práticos do mundo dos negócios;
- Conceitos;
- Oportunidades;
- Perspectivas;
- Benefícios;
- Internet das coisas (IoT);
- Inteligência Artificial (IA);
- Blockchain;
- Outras ferramentas;
- Novas estratégias de seguradoras;
- Novas experiências do usuário;
- Benefícios do uso em novas tecnologias no mercado de seguros.

MÓDULO 2 - USABILIDADE E METODOLOGIAS ÁGEIS APLICADOS ÀS SEGURADORAS E CORRETORAS

➤ COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR E ECONOMIA COMPARTILHADA

Esta disciplina tem por objetivo apresentar os fatores que influenciam as decisões de consumo de indivíduos e famílias, relacionar esse comportamento aos novos hábitos proporcionados pela economia compartilhada.

- Conceitos de Marketing;
- Comportamento do consumidor;
- Estratégias de Marketing;
- Evolução do conceito de economia compartilhada;
- Lifestyles colaborativos;
- Fatores de expansão da economia compartilhada;
- Sistemas de consumo compartilhado;
- Modelo de Negócio de economia compartilhada;
- O ambiente e influências culturais;
- Comportamento do consumidor em canais digitais;
- Envolvimento e experiência do processo de decisão de compra;
- Estratégias de marketing em ambiente de compartilhamento;
- Comportamento do consumidor e estratégia de determinação de preços;
- Estratégias de Marketing apropriadas para atender a necessidades e desejos de seu público-alvo.

➤ TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS (BLOCKCHAIN, VR, CLOUD, IOT)

Esta disciplina por objetivo avaliar a teoria e prática relacionadas às novas tecnologias com ênfase no mercado de seguros e suas aplicações e desenvolvimentos de novos produtos, serviços e nas novas relações com seus clientes.

- Tendências tecnológicas;
- Novas tecnologias;

- Exemplos práticos do mundo dos negócios;
- Conceitos;
- Oportunidades;
- Perspectivas;
- Benefícios;
- Internet das coisas (IoT);
- Inteligência Artificial (IA);
- Blockchain;
- Outras ferramentas;
- Novas estratégias de seguradoras;
- Novas experiências do usuário;
- Benefícios do uso em novas tecnologias no mercado de seguros.

➤ MINDSET ÁGIL: SCRUM, KANBAN, AGILE, LEAN

Esta disciplina tem por objetivo apresentar os princípios e valores do *mindset* ágil, abordando como ele pode guiar a construção de produtos inovadores em diversas áreas do conhecimento.

- Principais conceitos ágeis;
- Práticas Ágeis adotadas pelo mercado;
- Construção de produtos inovadores;
- Conceito do framework Scrum;
- Processos do framework Scrum;
- Artefatos;
- Scrum na prática;
- Princípios básicos;
- Visualização e mapas mentais;
- Kanban e qualidade;
- Mapeamento do fluxo de valor;
- Kanban como método de gestão; evolucionária de mudanças;
- Princípios básicos;
- O que é agilidade;
- O que ligamos com agilidade;
- Vantagens da agilidade;
- Pensamento Lean e Sistemas de Produção Enxuta;
- Metodologias Lean;
- Mentalidade Lean;
- Novas Tendências e Futuro da Gestão de Projetos.

➤ INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, MACHINE LEARNING E DEEP LEARNING

Esta disciplina tem por objetivo apresentar os princípios de inteligência artificial e sua relação com os conceitos de *machine learning* e *deep learning*, abordando sua aplicação em diversas áreas de negócios.

- Principais conceitos de Inteligência Artificial;
- Evolução histórica;
- Métodos de busca: cega, heurística e competitiva;
- Redes neurais;
- Lógica Fuzzy;
- Aplicações e perspectivas;
- Principais conceitos de Machine Learning;
- Aprendizado de Máquina;
- Regressões, Algoritmos e árvores de decisão;
- Redes neurais;
- Princípios básicos;
- Deep Learning e Áreas de Aplicação;
- Redes Neurais Artificiais;
- Modelagem de problemas com Deep Learning.

➤ EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E USER INTERFACE

Esta disciplina tem por objetivo apresentar aos participantes os principais conceitos e aplicação de processos e métodos de concepção de produtos e serviços digitais que proporcionem uma experiência adequada aos seus usuários.

- O que é UX;
- Importância da UX;
- Os 5 pilares da experiência do usuário
- Design de Interação;
- Como os usuários interagem com o seu produto;
- Pesquisas com usuários;
- Descobertas e definições;
- Análise de resultados;
- Design de interação e usabilidade - principais conceitos;
- Organização de elementos e suas prioridades;
- Interfaces digitais;
- Interaction design;
- Validação com usuários;
- Metodologias e processos: do waterfall para os métodos ágeis: onde o UX se encaixa nos diversos processos;
- Lean UX;
- Design Thinking.

MÓDULO 3 - MARKETING DIGITAL DE RESULTADOS PARA O MERCADO DE SEGUROS

➤ [PLANEJAMENTO DIGITAL NO MERCADO DE SEGUROS](#)

Esta disciplina tem por objetivo discutir os conceitos centrais da função do marketing digital para o mercado de seguros, seu planejamento e suas estratégias.

- Frameworks para o plano de marketing
- Atitude prospectiva – definição e contexto;
- Estratégia e posicionamento perante o futuro;
- Definir planejamento baseado em KPIs e seus objetivos;
- Processos do planejamento digital
- Listar métodos de elaboração de cenários prospectivos;
- Identificar as características de cada método;
- Identificar as características de cada método;
- Desafios e Oportunidades;
- Inovações e ferramentas;
- Tráfego;
- Briefing;
- Gestão de ferramentas digital;
- Novos serviços e produtos digitais.

➤ [PUBLICIDADE DIGITAL: GOOGLE ADS, FACEBOOK ADS, INSTAGRAM ADS E LINKEDIN ADS](#)

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno para que tenha conhecimento sobre os principais formatos de mídia dos principais canais digitais: Google. Facebook, Instagram e LinkedIn.

- Consumo de mídia;
- Tipos de tráfego;
- Tipos de mídia online.
- Canais digitais e particularidades;
- Tipos de presença.
- Métricas de impacto e alcance;
- Exposição, performance, aquisição;
- Tráfego pago.
- Briefing de campanha;
- Montagem do plano, inventário de mídia e acompanhamento de resultados.

➤ [INBOUND MARKETING, OUTBOUND MARKETING E FUNIL DE CONVERSÃO](#)

Esta disciplina tem por objetivo apresentar os princípios para conhecer e aprender na prática a aplicar a

metodologia do Inbound marketing, Outbound marketing e funil de vendas.

- Introdução ao Inbound Marketing;
- Marketing Tradicional x Inbound; Marketing: principais diferenças e formas de integração;
- Atrair, Converter, Relacionar, Vender e Analisar: conhecendo as 5 etapas;
- Planejamento estratégico - KPIs e conteúdo;
- Análise de resultados;
- Introdução ao Outbound Marketing;
- Diferenças entre Inbound e Outbound marketing;
- Os pilares do Outbound Marketing;
- Planejamento em Outbound Marketing;
- Introdução ao conceito de Funil de Vendas;
- Ciclo de vida completo do funil de vendas;
- Segmentação de mercado;
- Google analytics;
- Introdução ao Facebook Ads;
- Segmentação de mercado;
- Google analytics;
- Conversão de vendas.

➤ [MARKETING DE BUSCA \(SEO E SEM\)](#)

Esta disciplina por objetivo capacitar o aluno a compreender os processos e ferramentas de busca na internet; Estratégias possíveis de SEM (search engine marketing) e SEO (search engine optimization); Compreensão do comportamento do usuário da internet de forma que permitam promover com sucesso a evolução de uma empresa de seguros.

- Vantagens de indexação;
- PageRank do Google;
- Entendendo os buscadores;
- Sistemas de classificação;
- Técnicas de buscas avançadas;
- Linguagem de formatação e SEO
- Otimização on page;
- Otimização off page;
- Como as pessoas buscam;
- Ferramentas para SEO;
- SEO para tráfego, branding e venda;
- Arquitetura de SEO;
- Analisar concorrentes;
- SWOT para SEO;
- Montagem de plano de SEO.

➤ [AUTOMAÇÃO DE MARKETING, E-MAIL MARKETING E FLUXOS DE CADÊNCIA](#)

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno a compreender os principais conceitos sobre e-mail marketing, segmentação e conversação personalizada, fluxos de Automação de Marketing para apoiar as ações de marketing e relacionamento com os diferentes stakeholders do mercado de seguros.

- Conceitos de automação;
- Gatilhos de automação;
- Processos de automação;
- Fluxos de cadência comercial;
- Prospecção em Y;
- Segmentação de campanhas;
- Campanhas de Email Marketing;
- Campanhas mobile;
- Criar e gerir listas;
- Gestão de base;
- Lead Scoring;
- Lei geral de proteção de dados.

MÓDULO 4 - MÉTRICAS, ANALYTICS E DATA SCIENCE APLICADOS AO UNIVERSO DE SEGUROS

➤ INTRODUÇÃO À CIÊNCIA DOS DADOS

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno a compreender conceitos fundamentais de Ciência de Dados, seus exemplos de implementação e aplicação das técnicas no mercado de seguro.

- Introdução e contexto dos dados;
- Exploração de dados;
- Aquisição automática de dados;
- Estrutura de Dados
- Preparação de dados para análise;
- Métodos de modelagem;
- Conceitos básicos estatísticos;
- *Filter Methods*
- *Wrapper Methods*,
- *Embedding Methods*.
- Seleção de variáveis;
- Elaboração de relatórios automáticos de resultados;
- Documentos com código embutido, incluindo gráficos e tabelas.
- Construção de árvores por meio do algoritmo CART.
- Evitando o *overfitting* e *underfitting* em árvores.

➤ DATA DRIVEN MARKETING FOCADO EM RESULTADO

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno para proceder à extração e análise de dados na área do digital, enfatizando a necessidade de alinhamento entre os projetos analíticos e o processo decisório da organização.

- Conceituação;
- Análise de dados;
- Ferramentas de CRM;
- Avaliação de dados de negócios e mercado;
- Segmentos de audiências;
- Remarketing;
- Email marketing;
- WhatsApp Flow;
- Personalização de campanhas;
- Régua de relacionamento;
- Conteúdo das etapas do funil;
- Material Rico;
- Conversão.

➤ BIG DATA E MINERAÇÃO DE DADO

Esta disciplina tem por objetivo capacitar o aluno a compreender conceitos fundamentais de Big Data e mineração de dados, abrindo a possibilidade de insights e extração de informações para utilização no mercado de seguro.

- Critérios de qualidade de dados;
- Limpeza de dados: filtragem;
- Limpeza de dados: imputação de dados perdidos;
- Limpeza de dados: lidando com *strings* e dados categóricos;
- Bases de dados relacionais e não relacionais;
- Agrupando e ordenando dados (SORT, AGGREGATE);
- Coletando dados de tabelas múltiplas (JOIN);
- Empilhando dados (UNION);
- Princípios de visualização de dados;
- Técnicas para visualização de variáveis múltiplas;
- Técnicas de *storytelling* para apresentação de resultados;
- Boas práticas para criar relatórios;
- *Dashboarding*, informes e relatórios segundo as necessidades do negócio;
- Segmentação de clientes: métodos de agrupamento para segmentar usuários;

- Resolvendo problemas de otimização linear/ *what-if analysis*;
- Resolvendo problemas de otimização binários.

➤ **BLOCKCHAIN E CRIPTOMOEDAS**

Esta disciplina tem por objetivo apresentar conceitos básicos de criptografia aplicados às criptomoedas e capacitar o aluno a compreender esse novo bem e ativo criando conexão e contextualização com o mercado de seguro.

- Como surgiu e quem está por trás do bitcoin e blockchain;
- O que é e como funciona o Bitcoin;
- O que são Wallets (carteiras), para que servem e como funcionam;
- O que é mineração e como funciona
- Os blocos anteriores;
- Descentralização e virtualização a moeda;
- O que é e como funciona o Blockchain;
- Aplicações do Blockchain na prática;
- Criptografia, chaves públicas e privadas;
- Geradores pseudoaleatórios;
- Cifras de fluxo. Cifras de bloco simétricas e modos de operação;
- Resumos criptográficos;
- Teoria dos Números e criptografia assimétrica;
- Autenticação de mensagens;
- Assinaturas digitais;
- Protocolos criptográficos;

➤ **WEB ANALYTICS PARA A TOMADA DE DECISÃO PARA A TOMADA DE DECISÃO**

Esta disciplina tem por objetivo apresentar conceitos básicos, métricas, estratégias e técnicas de análise digital. Irá apresentar as principais métricas de Web Analytics e a plataforma líder, o Google Analytics. Os conhecimentos e análises são imprescindíveis para a mensuração de resultados das ações de marketing digital aplicadas ao mercado de seguro

- Criação de KPI's;
- Análise de resultados em marketing digital;
- Estrutura e análise de campanhas de CPC e CPM;
- Estratégias de aumento de performance;
- Como instalar o Google Analytics pela primeira vez. (Básico: Tag Padrão);
- Rotinas e aplicações da DS (Data Strategy);
- Fluxos, Estrutura e Recursos de DS;
- Briefing de DS: clientes, frequência e definição de entregáveis;
- Conhecendo as principais ferramentas de Web Analytics;
- Tagueamentos/Trackeamento de sites (padrões e específicos);
- Mapa de Tags;
- Planejamento de Árvore de Decisão;
- Plano e Mapa de métricas;
- Principais Métricas e Dimensões de Web Analytics;
- Principais Relatórios de Web Analytics;
- Geração e apresentação de relatórios;
- Dicas de Excel, funções e recursos mais utilizados;
- Projeção de resultados e metas;
- Cálculos para Receita Incremental das Ações de Otimização do Marketing Digital (LTV e Eficiência de Custos).

MATERIAL DIDÁTICO E AMBIENTE EAD

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 e apostilas terá formato PDF.

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

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.

ENCONTROS PRESENCIAIS

As disciplinas descritas nos módulos 1 (Cultura e Negócios Digitais no Mercado de Seguros), módulo 2 (Usabilidade e Metodologias Ágeis aplicados às Seguradoras e Corretoras), módulo 3 (Marketing Digital de Resultados para o Mercado de Seguros) e módulo 4 (Métricas, Analytics e Data Science aplicados ao Universo de Seguros) serão ministradas sextas-feiras e sábados, em modelo de escala, ocorrendo majoritariamente a cada 15 dias.

Obs.1: 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.