



PÓS-GRADUAÇÃO EM NÍVEL DE EXTENSÃO EM
CONSUMER INSIGHTS

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 **Pós-graduação em Nível de Extensão em Consumer Insights** da Escola Nacional de 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.

Na oportunidade, gostaríamos de ressaltar que o pré-requisito para os Cursos de pós-graduação, em nível de extensão, da Escola Nacional de Seguros é o ensino superior completo.

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

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

Diante de mercados digitais e jornadas de consumo cada vez mais complexas e menos lineares, marcas criativas dependem de ter insights sobre consumidores e elaborar soluções inovadoras a partir de ferramentas de analytics e aplicações digitais.

O curso é apresentado em um módulo essencial sobre cmi&a – consumer market insights & analytics e aplicações digitais.

Espera-se que ao longo do curso, o participante aprimore o seu repertório de conhecimentos nas esferas teórica, prática e alcance maior domínio sobre o ecossistema de mercados e consumidores de sua empresa ou da sua atividade empreendedora, considerando aporte de aplicações digitais. E, sobretudo, alcance resultados significativos e transformadores, a partir de novas ideias sobre:

- Trazer consumidores para o centro de atenção, a partir de ferramentas de pesquisa e analytics: ampliando conhecimentos sobre consumer experience (cx), consumidores makers, consumidores críticos e ter insights sobre suas jornadas, seus padrões de compra, usos, consumos e desusos e seus direitos;
- Dominar a gestão de conteúdos, mídias digitais, ecommerce, plataformas e modelagens de negócios com aplicações de big data analytics.

PÚBLICO-ALVO

Esse curso destina-se a profissionais com ensino superior completo, que desejem refinar seus conhecimentos sobre consumo e aplicações digitais de modo a ocuparem posições mais estratégicas em suas empresas e a empresários que queiram expandir suas marcas e pequenos negócios, de forma criativa e sustentável.

PRÉ-REQUISITO

Graduação completa.

MÉTODO DE ENSINO

Ao longo do curso os participantes serão instigados a aprimorar suas habilidades de gestão em negócios, mercados e consumo, em um ambiente de aprendizagem vibrante. O curso tem um formato de ensino que contempla etapas teóricas e práticas. Além das exposições dialogadas entre Professor-Alunos, os participantes trocarão experiências e aprendizados, engajando-se na discussão de cases, apresentações, debates e outras dinâmicas que favorecerão e desenvolvimento de novos insights e o aprimoramento do conhecimento.

STRUTURA CURRICULAR

O curso apresenta o módulo CMI&A e Aplicações Digitais de 192h/a, constituído por 8 disciplinas de 24h/a presenciais, conforme quadro a seguir:

Módulo	Disciplina	Carga Horária
CMI&A e Aplicações Digitais	<i>Consumer Insights</i>	24h/a
	<i>Consumer Market Research & Analytics</i>	24h/a
	<i>Marketing de Relacionamento e Customer Experience Management</i>	24h/a
	<i>E-commerce e plataformas de negócios</i>	24h/a
	<i>Transformação Digital e Impactos nos Negócios</i>	24h/a
	<i>Big Data Analytics em negócios</i>	24h/a
	<i>Gestão de Conteúdos e Mídias Sociais</i>	24h/a
	<i>Direito das Relações de Consumo</i>	24h/a

O curso é um dos módulos que compõe o MBA em Marketing e Consumer Insights, dando possibilidade ao aluno de migrar para o curso de MBA no futuro, conforme as regras da ENS.

AVALIAÇÃO

Para ter direito à certificação, o aluno deverá cursar com assiduidade e ser aprovado, obrigatoriamente, em todas as disciplinas do curso.

São critérios essenciais para aprovação:

- Notas mínimas de 7,0 (sete) para cada disciplina;
- Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento). A frequência será apurada no total da carga horária do Curso, devidamente registrada em diários de classe.

As avaliações de rendimento escolar serão realizadas por meio de prova escrita e/ou por trabalho.

COORDENAÇÃO ACADÊMICA

Profa. Camila Braga - Pós-Doutoranda e Doutora em Administração pelo Instituto Coppead/UFRJ na área de Cultura e Consumo. Mestre em Administração pelo IAG/PUC-Rio. Especialista em Marketing pela FGV e Graduada em Administração pelo IAG/PUC-Rio. É Pesquisadora do Centro de Estudos em Consumo do Coppead/UFRJ. Coordenadora Acadêmica dos cursos das linhas Executiva, Pós-graduação e MBAs nas áreas de Gestão Empresarial e Marketing & Consumer Insights da Escola Nacional de Seguros (ENS). Professora das áreas de Organizações e Marketing, dos cursos de MBA da FGV e IBMEC. Foi professora do IAG/PUC-Rio por mais de 9 anos. Foi professora do curso de graduação em Comunicação Social da ESPM. Foi coordenadora e especialista da FGV Projetos em consultorias de desenvolvimento de mercados. Participou de projetos de pesquisa de mercado realizados pelo PUC-Rio/IAG Corporate para empresas e foi pesquisadora da Qualimetria Consultoria e Pesquisa de Marketing. Atuou como executiva nas áreas de Finanças, Marketing e Negócios na Ambev e Fundação Getulio Vargas. Foi Diretora Executiva do Grupo OdontoPrev SA.

EMENTAS DAS DISCIPLINAS

Consumer Insights - Diferenças entre perspectivas psicológicas e culturais sobre o comportamento do consumidor. Cultura e Consumo. Influências do contexto social no consumo. Hábitos e mudanças nos padrões de consumo. Consumidores Makers. Relação dos consumidores com as marcas e as comunidades de marca. Consumidor crítico, anticonsumo e ativismo. Consumo sustentável. Construção de Personas e Inovação centrada no consumidor.

Consumer Market Research & Analytics - Construção de Conhecimento sobre mercados e consumidores. Decisões de negócio com base em conhecimento sobre mercado e consumidores. Planejamento de Pesquisa Qualitativa. Entrevistas em profundidade e grupos de discussão. Etnografia. Netnografia. Análise e interpretação de dados qualitativos: análise de discurso, análise de conteúdo. Planejamento de Pesquisa Quantitativa. Surveys. Experimentos. Modelagem em marketing. Análise, Interpretação e Visualização dos dados. Análise de Resultados e Implicações para o Negócio.

Marketing de Relacionamento e Customer Experience Management - Conceitos e diferenças entre satisfação e lealdade. Escala de lealdade. Tendências nacionais e mundiais que afetam os clientes e o marketing. Customer Experience e Customer Success. A conexão emocional com os clientes. Casos de mudança de cultura e governança baseadas no CX. Reestruturação dos canais de relacionamento. Modelo Emocional de Relacionamento com Clientes (MERC). Framework das 7 funções do Marketing de Relacionamento. CRM. Customer Journey Mapping na prática. Transformando emoções dos Clientes. Metodologia 7 passos + 6 camadas (CJM). Cultura CX e Índice de Foco no Customer Experience – IFCX. Competenciograma da equipe. Planejamento do Projeto de ações CX. Indicadores e Valores. Perfil de líderes CX.

E-commerce e plataformas de negócios - Contextos impulsionadores dos negócios online. O shopper e a experiência frictionless. Os modelos de negócios online: características e exemplos. Estratégia, planejamento e gestão de e-commerce: plataformas e sistemas, logística, conteúdo, relacionamento, comunicação. Tecnologias emergentes do omnichannel: mobile, bots e assistentes, inteligência artificial, beacons e IoT, realidade mista.

Transformação Digital e Impactos nos Negócios - Novos paradigmas da gestão das organizações na era digital. Inteligência artificial, curadoria e a uberização dos negócios. Mindset empreendedor e modelagem de negócios: design thinking, business model canvas, golden circle. Tecnologias e tendências do varejo omnichannel: assistente de voz, reconhecimento facial, bots, beacons, IoT, realidade aumentada.

Big Data Analytics em negócios - Conceito de Big Data e porque toda empresa deve ser orientada a dados. O que é Analytics e porque incluir Analytics no Big Data. Os impactos do Big Data Analytics nos negócios, na forma de consumir, no dia a dia e nos empregos. O ecossistema do Big Data, onde estão os dados estruturados off-line e não estruturados da Internet, do Mobile e da IoT. Solução de Big Data Analytics, tudo começa na estratégia de dados, depois vem pessoas, dados, processos e tecnologia. Como tirar valor dos dados, que dados melhoram a eficiência de seu negócio, onde estão, como saber se estão disponíveis, como acessar e usa-los. As novas tecnologias do Big Data Analytics e como se beneficiar delas. O Big Data Analytics como evolução do BI, e como está sendo usado na Inteligência Artificial. A revolução que o Big Data Analytics provoca no Consumer Experience. Como preparar o profissional de Big Data Analytics e como utilizar a nova lei de proteção de dados – LGPD a seu favor. Estudos de caso que evidenciam processos de decisão aplicando técnicas de Big Data Analytics.

Gestão de Conteúdos e Mídias Sociais - Panorama geral da cultura colaborativa, conceitos básicos e histórico das redes sociais. Um panorama geral das principais redes sociais. Redes sociais corporativas. Planejamento e estratégia e estruturação do conteúdo de Redes sociais de uma marca, planejamento de campanhas. Princípios básicos de um SAC 2.0. Ações com influenciadores digitais.

Direito das Relações de Consumo - Princípios e conceitos da relação entre consumidor e fornecedor. Direito de arrependimento. Garantia legal/garantia contratual. Vícios dos produtos/serviços. Acidentes de consumo. Responsabilidade Civil pelo Vício e Fato do produto e serviço. Excludentes e atenuantes da Responsabilidade Empresarial. Recall. Propaganda enganosa/abusiva. Práticas abusivas. Lei Geral de Proteção de Dados. Comércio eletrônico.

MATERIAL DIDÁTICO E AMBIENTE EAD

MATERIAL DIDÁTICO

O curso terá um espaço no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA onde serão disponibilizados os conteúdos indicados pelos docentes para leitura e/ou apoio ao estudo.

AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM - AVA

Foi estruturado para propiciar aos alunos uma sala virtual repleta de conteúdos e atividades de interação e comunicação, que são:

- Espaço para disponibilização de arquivos com informações e referências importantes do curso, tais como: manual do aluno, regulamentos, horário, entre outros.
- Bibliotecas virtuais com acervo digital multidisciplinar com mais de 8 mil títulos para consultar e ler em qualquer tempo e lugar.
- Espaço para a disponibilização dos conteúdos por disciplina indicados pelo docente para leitura e/ou estudo.
- Últimos avisos é o mural de comunicação do curso, ou seja, todas as mensagens são publicadas nessa área.
- Espaço para entrega do trabalho acadêmico.
- Fale conosco é uma área exclusiva de comunicação com a Escola.

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.