

MBA em Marketing Digital, Tecnologia e IA

O curso de pós-graduação MBA em Marketing Digital, Tecnologia e IA da Escola de Negócios da PUCPR é uma formação avançada que capacita profissionais para dominar as mais recentes tecnologias e estratégias de marketing digital, com um forte foco na aplicação de inteligência artificial. O programa oferece uma abordagem integrada que combina teoria e prática, abordando temas como automação de marketing, análise de dados, estratégias de conteúdo digital e otimização de campanhas online. Os alunos terão a oportunidade de aprender com especialistas do setor e aplicar seus conhecimentos em projetos reais, preparando-se para liderar e inovar no dinâmico campo do marketing digital. O objetivo do curso é formar especialistas em marketing digital, capazes de desenvolver e implementar estratégias eficazes que aproveitem as mais recentes tecnologias e a inteligência artificial para impulsionar o sucesso das campanhas digitais. O curso busca capacitar os alunos com habilidades analíticas e técnicas avançadas, proporcionando uma compreensão profunda das ferramentas e metodologias utilizadas no marketing digital contemporâneo. Além disso, o curso visa preparar os alunos para liderar iniciativas de inovação e otimização no marketing digital, maximizando o impacto e o retorno sobre o investimento das suas estratégias.

Os candidatos devem preencher a ficha de inscrição completa e encaminhar o currículo, contendo informações profissionais, graduação e demais cursos. Recebido o currículo, o Comitê de Seleção, após análise e avaliação, agendará com os candidatos as datas para uma conversa. Público-Alvo O curso é destinado a profissionais que atuam ou desejam atuar nas áreas de marketing digital, comunicação, tecnologia da informação e análise de dados, incluindo gestores de marketing, analistas de marketing digital, consultores, profissionais de TI, empreendedores e outros interessados em aprimorar suas competências em marketing digital e tecnologia.

O profissional que fará este curso é alguém que busca se especializar em marketing digital com um forte foco em inovação tecnológica e inteligência artificial. Este profissional deve ter interesse em desenvolver e implementar estratégias digitais que utilizem tecnologias emergentes para otimizar campanhas e melhorar os resultados. O perfil ideal inclui habilidades analíticas, capacidade de liderança, pensamento estratégico e uma abordagem proativa para a inovação e a resolução de problemas. Este profissional valoriza a criatividade, a eficiência e está comprometido com a excelência nas práticas de marketing digital, bem como com a constante atualização e aprimoramento de suas habilidades e conhecimentos.

Campus:

Curitiba

Periodicidade:

Semanal

Modalidade:

EAD

Mensalidade:

R\$ 1243.63

Formato:

Aula Online ao Vivo

Inscricao:

[Clique aqui](#)

Duracao:

17 meses

Disciplinas

Ética

Ementa

Identificação dos pressupostos éticos e morais e dos principais paradigmas éticos, bem como os desafios e os problemas da sociedade contemporânea e sua relação com a prática profissional.

Objetivo

Refletir sobre as causas e consequências da chamada “crise ética” no mundo contemporâneo. Analisar a problematização em torno dos termos ética e moral.

Apresentar os principais modelos éticos.

Refletir sobre as questões ligadas a coerção e a consciência moral.

Compreender os desafios da responsabilidade social e ambiental como um problema ético.

Refletir sobre os principais desafios éticos das instituições e dos profissionais que nelas atuam.

Conteúdo

O que falamos quando falamos de Ética?

Moralidade Líquida: que lições tirar do Anel de Giges?

Ética da Virtude: qual é a vida que vale a pena?

Ética do Dever: em que casos é possível mentir?

Ética Utilitária: quem você salvaria em um incêndio?

Ética da Responsabilidade: a humanidade ainda continuará existindo?

C.H. de Eletivas

Carga horária destinada a escolha de disciplinas de outros cursos

Análise de Sentimentos e Mineração de Dados

A disciplina aborda técnicas e ferramentas de análise de sentimentos e mineração de dados aplicadas ao marketing digital. Serão discutidos métodos para extrair insights de grandes volumes de dados gerados por consumidores, identificar padrões e tendências, e avaliar sentimentos e opiniões expressos em redes sociais e outras plataformas digitais. O curso também explora a aplicação de algoritmos de machine learning para análise de dados e a utilização de ferramentas de visualização de dados.

Inovação em Gestão de Produtos e Serviços

A disciplina explora a inovação na gestão de produtos e serviços, abordando estratégias para o desenvolvimento e lançamento de novos produtos e a melhoria contínua de serviços existentes. Serão discutidas metodologias ágeis de gestão de projetos, técnicas de design thinking, e o uso de tecnologias emergentes para a inovação. O curso também examina a importância da

colaboração entre equipes multidisciplinares e a gestão do ciclo de vida de produtos e serviços.

Marketing Preditivo e Algoritmos de Recomendação

A disciplina aborda técnicas de marketing preditivo e o uso de algoritmos de recomendação para personalizar a experiência do consumidor. Serão discutidos métodos de previsão de comportamento do consumidor, análise preditiva, e a aplicação de algoritmos de recomendação em plataformas digitais. O curso também explora o uso de machine learning para melhorar a precisão das recomendações e aumentar a efetividade das campanhas de marketing.

Big Data e Análise de Dados em Marketing

A disciplina foca no uso de Big Data e análise de dados em marketing para obter insights profundos sobre o comportamento do consumidor e otimizar estratégias de marketing. Serão discutidos métodos de coleta, processamento e análise de grandes volumes de dados, bem como as ferramentas e tecnologias utilizadas. O curso também aborda a importância da visualização de dados e a tomada de decisões baseada em dados para a eficácia das campanhas de marketing.

Estratégia de Marketing

A disciplina aborda a formulação e a implementação de estratégias de marketing eficazes, com foco na análise de mercado, segmentação, posicionamento e planejamento estratégico. Serão discutidos modelos e frameworks para desenvolver e avaliar estratégias de marketing, bem como a importância da pesquisa de mercado e do monitoramento do ambiente competitivo. O curso também explora a integração de estratégias digitais e tradicionais.

Tecnologias de Marketing e Automação

A disciplina abrange as tecnologias de marketing e as ferramentas de automação que estão revolucionando o setor. Serão discutidas as plataformas de automação de marketing, CRM, gestão de campanhas, e a integração de diferentes canais de comunicação. O curso também aborda a análise de dados e o uso de tecnologias emergentes para melhorar a eficiência e a personalização das campanhas de marketing.

Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing

A disciplina explora a aplicação da inteligência artificial (IA) no marketing, abordando as tecnologias e ferramentas que estão transformando a forma como as empresas interagem com os consumidores. Serão discutidos algoritmos de machine learning, chatbots, assistentes virtuais, e outras aplicações de IA que melhoram a personalização e a eficiência das campanhas de marketing. O curso também examina os impactos da IA na análise de dados e na automação de processos de marketing.

Comportamento do Consumidor, Neurociência e Tendências

A disciplina explora o comportamento do consumidor através das lentes da neurociência, analisando como as tendências de mercado e os fatores psicológicos influenciam as decisões de compra. Aborda conceitos de neuromarketing, mecanismos de tomada de decisão e o impacto das emoções na experiência do consumidor. O curso também examina como as tendências globais e locais moldam o comportamento do consumidor e as estratégias de marketing.

Experiência do Usuário e Interface Digital (UX/UI)

A disciplina abrange os conceitos fundamentais de experiência do usuário (UX) e design de interface (UI), focando na criação de interfaces digitais que proporcionem experiências positivas e eficientes aos usuários. Serão discutidas técnicas de pesquisa e design centradas no usuário, princípios de usabilidade e acessibilidade, bem como a integração de UX/UI no desenvolvimento de produtos digitais. O curso também aborda a importância do feedback do usuário e as métricas de avaliação de UX/UI.