

BIG DATA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

O big data tornou-se uma importante fonte de diferenciação e vantagem competitiva para as empresas. A forma de pensar o negócio evoluiu e as decisões precisam cada vez mais ser em tempo real, com base em enormes volumes de dados que vêm das mais diferentes fontes.

Objetivos

Aprender sobre os principais pontos da Transformação digital e como utilizar o Big Data para repensar as estratégias da empresa e do marketing, com foco em vendas, rentabilização e melhoria da experiência de consumo.

*A ESPM reserva-se o direito de alterar ou modificar esse programa sem aviso prévio

Público Alvo

Diretores, executivos de marketing, publicitários e quem mais tiver interesse pelo tema, assim como gestores envolvidos em projetos de big data e data science.

Programa

Panorama: (day 1) - Sandra Turchi

- Panorama da web no Brasil e no mundo

- O perfil do novo e-consumidor
- Nativos digitais x imigrantes digitais
- A 4ª Revolução Industrial;
- Inteligência artificial: como a humanidade está se preparando para estender sua inteligência às máquinas?
- Diferença entre dado e informação
- Social Media Intelligence: como estão evoluindo as dinâmicas nas mídias sociais. Formação de comunidades e aparição de influenciadores;
- A utilização das mídias sociais como pesquisa de mercado e da opinião pública: vantagens e desvantagens em comparação com os métodos tradicionais. A mudança dos paradigmas em pesquisa;
- A utilização estratégica das informações das mídias sociais: apresentação de casos de mapeamentos estratégicos realizados sobre os dados;
- Ciclo de engajamento 2.0: processos do relacionamento do ponto de venda físico ao digital.
- Evoluindo desde o monitoramento até a inteligência: onde estamos
- Principais ferramentas

Big data e Cultura Digital nas empresas (day 2) - Fernando Rosolem

- Como monetizar os dados já existentes na sua empresa?
- Os dados existem, onde buscá-los e como utilizá-los para alavancar os negócios;
- O cliente é único: necessidade de integrar os dados off-line com os dados de comportamento on-line para melhorar a eficiência dos negócios;
- Impacto no marketing e nas agências: o big data está mudando as campanhas publicitárias e a forma de compra de mídia.

- A importância dos KPIs - sem mensuração não se gerencia e não há como comprovar que as ações estão produzindo melhorias nos resultados;
- Impacto nos resultados: o big data traz mais vendas, melhora os processos de prospecção de novos clientes, de rentabilização da carteira dos clientes existentes e a experiência de consumo.
- Cultura digital: mudanças no mindset.

Tecnologias-chave da transformação digital (day 3) - Rui Ribeiro

- Contextualização das tecnologias-chave da transformação digital, tais como: inteligência artificial, big data, social & mobile, internet das coisas, realidade estendida/virtual, impressoras 3D, robotização;
- Cloud como viabilizador-chave da transformação digital, em termos de inovação tecnológica e de equação econômica;
- Oportunidade e novos modelos de negócios abertos a múltiplos players = disrupção em ciclos encurtados;
- Pesquisas de mercado com as prioridades de investimento e expectativas de CEO globais, e no Brasil, em torno da transformação digital;
- Impactos específicos por indústria (videocases);
- Jornada de evolução para a empresa digital: desenhando seu BoD;
- Papel dos executivos de negócios + (ou) x TI?
- Arquitetura, governança corporativa e gestão de riscos em transformação digital - introdução;
- O que Charles Darwin nos ensina na Teoria da Evolução das Espécies;
- The Law of Accelerated Returns: exercício de futuro ou realidade que se aproxima de nós?

Metodologia

O curso será no formato de workshop, com exposição e cases práticos, abrangendo exemplos e discussões que enfatizam como a Transformação Digital e o Big Data podem gerar resultados e transformar sua estratégia de marketing e negócios.

Professores

SANDRA TURCHI - Sócia-diretora e fundadora da Digitalents Treinamentos e Negócios Ltda., empresa focada no mundo digital, com quatro áreas de negócios: consultoria, treinamentos, headhunting e recolocação profissional. Consultora, professora e palestrante sobre temas relacionados a Marketing, Estratégias Digitais, E-commerce, entre outros. Indicada como um dos vinte profissionais de Marketing mais influentes, do mundo, nas mídias sociais, pela revista americana SMMagazine. Autora do Livro “Estratégias de Marketing Digital e E-commerce”, publicado pela

Editora Atlas. Bacharel em Administração de empresas pela FEA-USP, pós-graduada pela FGV-EAESP, MBA pela Business School SP com Toronto University e cursou empreendedorismo na Babson University de Boston. Leciona nos MBAs em Marketing Digital da FGV, ESPM, FIA, entre outras instituições no País. É coordenadora de diversos cursos de Marketing Digital na ESPM desde 2008 e lecionou na graduação da ESPM desde 2001. Executiva de marketing por mais de vinte anos em diversos setores como varejo, financeiro, educacional e serviços. Trabalhou em empresas como Lojas Arapuã, Grupo Zogbi, Finasa-Bradesco, FGV-EAESP, Associação Comercial de São Paulo e Boa Vista Serviços, em que foi diretora de Marketing. Articulista de diversos veículos de comunicação (jornais, revistas, portais, etc.) e autora do blog WWW.sandraturchi.com.br

PARTICIPAÇÃO INTERNACIONAL

RUI RIBEIRO - Diretor Geral da IP Telecom Portugal; Diretor Executivo da LISS - Lusofona Information Systems School

Diretor Geral da IP Telecom e Diretor Comercial e Desenvolvimento de Negócio da Infraestruturas de Portugal S.A. Foi Diretor de Sistemas de Informação na EP - Estradas de Portugal S.A. e Professional Services Manager da Sybase Inc. em Portugal. É ainda Diretor Executivo da LISS - Lusofona Information Systems School e Docente da ULHT. Licenciado em Engenharia Informática pelo IST, MBA na Universidade Católica Portuguesa e DBA - Doctor in Business Administration no ISCTE/IUL com a Tese “Business Models for Open Source Software Vendors”.

PROFESSOR CONVIDADO

Fernando Rosolem- Head de Produtos de Marketing Services na Serasa Experian.

Executivo com experiência de mais de 15 anos em atividades relacionadas ao planejamento e execução de marketing orientado por dados. Conta com um extenso repertório de aplicações de inteligência de dados visando a otimização de campanhas, planejamento comercial e incremento do ROI de marketing. Já foi responsável pela área de retenção de Clientes na Vivo durante alguns anos, liderando ações de mitigação do churn e estratégias de win back. Quando esteve na MarketData, ficou à frente de projetos de CRM em empresas de diversos segmentos como automotivo, health care, educação, telecom, entre outros. É formado em Administração de Empresas na FGV (Fundação Getúlio Vargas/SP), com MBA em Marketing na ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing).

Duração

Carga Horária: **9h**

CIC | CENTRO DE INOVAÇÃO

E CRIATIVIDADE ESPM

Unidade

ESPM | São Paulo

Joaquim Távora

R. Joaquim Távora, 1240, Vila Mariana

São Paulo - São Paulo

(11) 5081-8200

Inscrições:

Exclusivamente pelo site da ESPM: www.espm.br/cic

Investimento

1x (CARTÃO DE CRÉDITO)	1.100,00
1x (BOLETO)	1.100,00
2x (CARTÃO DE CRÉDITO)	550,00
3x (CARTÃO DE CRÉDITO)	366,67
4x (CARTÃO DE CRÉDITO)	275,00
5x (CARTÃO DE CRÉDITO)	220,00
6x (CARTÃO DE CRÉDITO)	183,33

7x (CARTÃO DE CRÉDITO)	157,14
8x (CARTÃO DE CRÉDITO)	137,50

Cancelamento

Pela ESPM, por falta de quórum, será devolvido 100% do valor pago. O aviso poderá ser feito em até 48 horas antes do início do curso.

MUITA ATENÇÃO: Se você reside fora da cidade de São Paulo, certifique-se de que o curso atingiu quórum mínimo antes de comprar sua passagem e reservar sua estada! A ESPM se isenta de qualquer responsabilidade sobre passagem e hospedagem.

Nos casos de CANCELAMENTO: Em caso de pagamento com boleto bancário, o valor será estornado por meio de depósito em conta bancária indicada pelo PARTICIPANTE, em até dez dias úteis. Em caso de pagamento com cartão de crédito, a solicitação de estorno do valor será realizada pela ESPM, à operadora do cartão em até 10 dias úteis.

IMPORTANTE: O participante deverá verificar com sua operadora de cartão o prazo do crédito do valor em sua fatura. Na hipótese de adiamento, será devolvido MEDIANTE REQUERIMENTO EXPRESSO do participante pelo e-mail rasantos@espm.br 100% do valor pago, de acordo com as formas de pagamento descritas acima. A ESPM não se responsabiliza por quaisquer outros valores que eventualmente tenham sido despendidos pelo participante, seja a que título for, tais como passagens aéreas, rodoviárias, combustível, hospedagem, etc., em virtude do cancelamento ou adiamento do curso.