

Analytics & Business Intelligence

Fundamentos da gestão de dados, arquitetura de soluções analíticas, métodos e técnicas voltadas para analytics e business intelligence. Ferramentas de analytics e business intelligence.

Data Science e Gestão do Conhecimento

Data Science ou Ciência de dados como área interdisciplinar, e interface entre a estatística e a ciência da computação, que utiliza o método científico; processos, algoritmos e sistemas. Organização do conhecimento e as organizações que aprendem. Criação, uso da informação e significado (sensemaking). Aprendizagem e geração de conhecimento organizacional. Construção do conhecimento: busca, avaliação e sistemas de tomada de decisão.

Desenvolvimento de Competências Gerenciais

Competências Gerenciais; Percepção e Comunicação; Motivação; Liderança; Desenvolvimento de Equipes; Mudanças Organizacionais; Poder, Política e Conflito.

Economia, Cenários e Foresight

Foresight como processo de antecipar cenários por meio de indicadores econômico. Sistemas econômicos e financeiros. Compreensão dos diferentes sistemas de controle e gestão financeiros. Crises, indicadores econômicos, evolução das economias do mundo e as decisões de inteligência de mercado. Impacto do contexto econômico nas decisões estratégicas do negócio. Construção de cenários econômicos para apoio a decisão.

Estatística e Inteligência Analítica

Inteligência analítica: análise de decisão e incerteza. Árvore de decisão. Inferências. Testes de hipóteses. Estimativas e projeções. Regressão linear múltipla. Análises de probabilidade. Estatística descritiva: gráficos, tabelas. Medidas numéricas, escalas e amostras em pesquisa.

Estratégia Empresarial e Competitividade

Conceitos fundamentais de estratégia. Análise do ambiente organizacional e construção de cenários. O processo de construção de estratégias. Criação e manutenção da vantagem competitiva. Evolução do pensamento estratégico: do planejamento financeiro ao gerenciamento estratégico. Estratégia como prática.

Geomarketing e Inteligência Geográfica

Geomarketing, Marketing espacial e análise geográfica do perfil do consumidor. Potencial de Vendas por região-zona. Geomarketing. Fontes de dados e ferramentas de geolocalização. Ferramentas e técnicas aplicadas. Simulação de tratamento de dados espaciais para Inteligência de Mercado.

Inovação e Modelagem de Negócios

Apresentar e discutir conceitos de inovação (cultura, tipos, processos) e os modelos de gestão da inovação. Avaliar os impactos estratégicos da inovação no desempenho das firmas e suas aplicações nos modelos de negócios do mundo corporativo. Apresentar, discutir e simular técnicas de modelagem de negócios em diferentes contextos organizacionais. Apresentar diferentes padrões de modelos de negócios. Apresentar e discutir possíveis estratégias e abordagens para otimização de modelos de negócios.

Inteligência de Mercado

Transformação Digital e seus impactos em clientes, competição, dados, inovação e valor. Análise das dimensões Mercado, Concorrência e Clientes. Análise estratégica do mercado (oceanos azuis e vermelhos). Concorrência: ambiente setorial/concorrencial (entrada/saída e competição intrasetorial). Inteligência Competitiva: Ciclo de Inteligência;

planejamento (KITS e KIQs), coleta (fontes primárias e secundárias, técnicas de previsão e antecipação); processamento, análise e uso de ferramentas tecnológicas e disseminação de inteligência). Técnicas de Elicitação.

Marketing Estratégico e War Games

A natureza e a amplitude do marketing. O conceito de marketing e a evolução da gerência de marketing. Marketing Estratégico: segmentação, mercado-alvo e posicionamento. Marketing Tático. O composto de marketing: produto, serviço, preço, praça e promoção. O plano de marketing. Simulação de lançamento de produtos e serviços por meio de War Game (gamificação).

Marketing na Era Digital

Fundamentos e evolução do marketing, estratégias e táticas de marketing aplicadas ao mercado digital, mobile marketing e inbound Marketing.

Mercado, Concorrência e Inteligência Competitiva

Inteligência de mercado: origens, evolução e aplicação. O papel do Analytics Papel da inteligência e geração de valor. Inteligência e Marketing. Estrutura da área de IM. Estratégia de atuação da organização; necessidades de informação da organização; Contrainteligência. Inteligência Estratégica Antecipativa: identificação de drivers.

Pesquisa de Mercado e Apoio à Predição

Pesquisa e Processo Decisório. Introdução a análise preditiva. Tipo de dados. Problemas e Objetivos de Pesquisa. Pesquisa Qualitativa. Pesquisa Quantitativa. Modelos e Técnicas de Pesquisa. Instrumentos de Coleta de Dados. Amostragem aplicada. Análise dos Dados. Relatório de Pesquisa para apoio à decisão e predição.

Previsão, Monitoramento e Retorno de Vendas

Previsão, monitoramento e retorno de vendas no contexto da Inteligência de mercado. Demanda e potencial de mercado. Mecanismos de monitoramento em Inteligência comercial, modelos analíticos para antecipação e controle de vendas com o uso de ferramentas e táticas. Reporting de vendas para Estratégia e Inteligência do negócio.

Pricing e Inteligência Financeira

Pricing e formação de preço sob a ótica da inteligência. Análise de fluxo de caixa simples e descontado. Regime de capitalização: taxas de juros simples e composto, taxas proporcionais e equivalentes. Técnicas de análise de investimentos: TIR - taxa interna de retorno, VPL - valor presente líquido, IRR e outros indicadores de rentabilidade e gestão financeira. Compreensão do custo financeiro e da receita financeira.