

GUIA DO CURSO PUCRS ONLINE

MBA EM

MARKETING, BRANDING E GROWTH

PUCRS online

 uol edtec

M B A E M

MARKETING, BRANDING E GROWTH

APRESENTAÇÃO

Bem-vindo(a), este guia foi preparado para que você conheça os principais aspectos que guiam sua experiência na Pós-graduação PUCRS Online.

ÍNDICE

Neste guia você terá acesso aos seguintes conteúdos:

BOAS-VINDAS	04
POR QUE ESCOLHER A PUCRS?	06
DEPOIMENTOS DE ALUNOS	12
A NOSSA METODOLOGIA	15
AMOSTRA EDUCACIONAL	20
CANAIS DE ATENDIMENTO E MATRÍCULA	21
NOSSOS PROFESSORES	22
CONHECENDO O CURSO	26



A P U C R S

A Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul é considerada uma das melhores universidades da América Latina. Seu campus é reconhecido mundialmente por espaços como o Tecnopuc, parque tecnológico que abriga 250 organizações e 6,5 mil postos de trabalho, o Museu de Ciências e Tecnologia, o Instituto do Cérebro, entre outras estruturas que compõem um ecossistema acadêmico e profissional, com linhas completas de formação em nível de Graduação, Pós-graduação Lato Sensu (Especialização e MBA) e Stricto Sensu (Mestrado e Doutorado).

A PUCRS é a responsável acadêmica pelos cursos, ou seja, cria, cadastra e reconhece as pós-graduações no MEC, além de realizar toda a gestão acadêmica. As aulas acontecem no campus da Universidade, com certificado de pós-graduação (especialização) da própria PUCRS.

PUCRS online

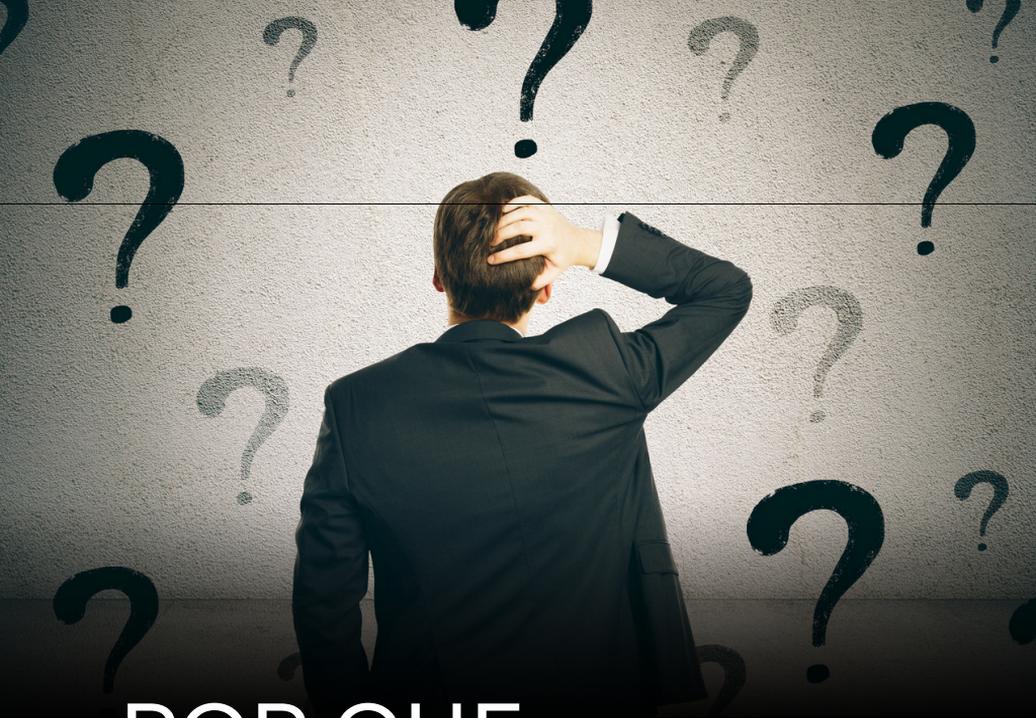


O UOL EDTECH

O **UOL EdTech** é o parceiro tecnológico da **PUCRS**. Por sua vez, o UOL EdTech se responsabiliza pelos aspectos tecnológicos dos cursos, como gravação, edição, disponibilização via internet, plataforma, site de matrículas e todos os demais elementos que podem contribuir para tornar o curso mais atrativo e prático. A palavra EdTech é um termo em inglês que significa tecnologia para educação.

O **UOL EdTech** é a maior empresa do ramo no Brasil, e uma das mais consolidadas do mundo. Faz parte do UOL, maior referência do país em conteúdo, produtos e serviços de internet. A união entre a solidez acadêmica da PUCRS e a expertise do UOL em tecnologia, mídias e conteúdo, torna esta pós-graduação uma iniciativa de excelência, garantida por dois gigantes em suas áreas de atuação.

PUCRS online



POR QUE
ESCOLHER
A PUCRS ONLINE?



TOP 12 MOTIVOS PARA VOCÊ ESCOLHER A PÓS PUCRS ONLINE

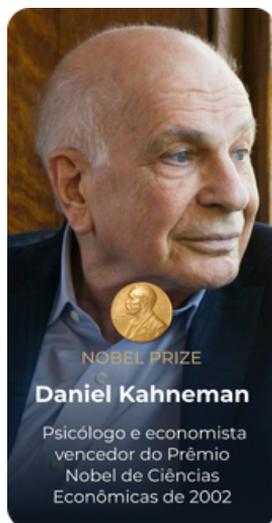
A modalidade online de curso, também conhecida como ensino a distância (EAD), refere-se a um formato de educação em que o aluno realiza seus estudos predominantemente pela internet, sem a necessidade de frequentar aulas presenciais em um campus físico.

Nesse formato, a interação entre alunos, professores e conteúdo educacional ocorre por meio de uma plataforma virtual. Os cursos do PUCRS Online oferecem os seguintes diferenciais:

1 PROFESSORES RENOMADOS

Seu curso com mais de 20 profissionais de mercado, **referências em suas áreas** e mais de 20 acadêmicos, referência em pesquisa e ensino.

Além disso, os alunos **Pós PUCRS Online** têm acesso à professores especialistas em suas áreas de atuação com experiências e reconhecimentos nacionais e internacionais, como **Prêmio Nobel**, ONU, CEOs e CFOs de Grandes Empresas, Chefs Michelin, Ministros, Palestrantes de TEDx e muito mais.



2 MELHOR UNIVERSIDADE PRIVADA DO BRASIL

A **PUCRS** foi eleita, pelo quinto ano consecutivo, a **melhor universidade privada do Brasil**, segundo o ranking da Folha de S. Paulo de 2024.

Produzido pela Folha de S. Paulo desde 2012, o Ranking Universitário Folha (RUF) é um dos maiores e mais respeitados rankings universitários do Brasil, sendo amplamente utilizado como referência na área da educação.



3 100% ONLINE

Mais de **9 mil horas de conteúdo educacional** de qualidade, com certificação igual ao presencial, para você estudar no seu tempo, como quiser e de onde estiver.

Não há necessidade de nenhum encontro presencial, então o aluno da **Pós PUCRS Online** pode estar no Brasil, em qualquer estado, ou até mesmo, morando no exterior.



4 12 MESES, 3 ÁREAS DE ESTUDO

Os cursos de Especialização e MBA da **Pós PUCRS Online** tem 12 meses de duração e o aluno terá acesso à **24 disciplinas, em 3 eixos de formação**, alinhadas ao tema de estudo escolhido.

Cada eixo é cuidadosamente alinhado ao tema de estudo escolhido, proporcionando uma experiência de aprendizado completa e direcionada para o desenvolvimento profissional.



PUCRS online

5 DISCIPLINAS ESPECIAIS

Além das disciplinas curriculares, mencionadas acima, o aluno da Pós PUCRS Online terá acesso:

- Disciplina inaugural sobre “**Hábitos e aprendizagem Online**”
- Disciplina Profissional Integral: Consistência e Transformação Social



6 VÍDEO AULAS DE CINEMA

Diferente de outras instituições de ensino, a **Pós PUCRS Online** produz as aulas com equipamentos e direcionamentos técnicos usados em **grandes produções cinematográficas**, com cenários que otimizam a aprendizagem e recursos educacionais em tela.



7 EBOOKS DE RESUMO

Para complementar o conteúdo das aulas online, os alunos terão acesso à EBOOKS que resumem as disciplinas com:

- Mapa da aula com minutagens e destaques
- Versão online interativa e versão em PDF para guardar



8 DESENVOLVA SEU NEGÓCIO

Para garantir que os alunos da **Pós da PUCRS Online** possam aprofundar ainda mais seu conhecimento técnico, cada curso inclui um trabalho prático ao final, onde os estudantes aplicam o que aprenderam em um projeto real.

Esse trabalho conta com a orientação de um professor especializado, que acompanha e guia os alunos durante todo o processo.



9 CONTATO DIRETO COM O PROFESSOR

No mundo online, interações acontecem de forma ainda mais rápida.

Os alunos da **Pós PUCRS Online** tem acesso direto aos professores para resolver dúvidas, **trocar experiências e ainda fazer networking** professores reconhecimentos nacional e internacionalmente.



10 APP PUCRS ONLINE

Sabemos o quanto a mobilidade é importante para você estudar no seu tempo, por isso a **Pós PUCRS Online** possui um aplicativo para você assistir suas aulas, até mesmo offline, escutar em áudio, se preferir, ou até mesmo para transmitir para a sua televisão.



11 GRANDES MARCAS

Nossos professores possuem ampla experiência em grandes empresas, organizações e marcas renomadas, tendo vivenciado e contribuído para grandes cases do mercado.

Nas aulas da **Pós PUCRS Online**, você terá a oportunidade de acessar todo esse conhecimento prático e estratégico acumulado ao longo de suas trajetórias profissionais, sem precisar sair de casa.

Entre as empresas e instituições nas quais nossos professores atuaram estão nomes de destaque, como **XP Investimentos, Itaú, 99, Globo, Vivo, Accenture, WV, e C&A**, proporcionando uma formação enriquecida por experiências reais do mercado.



12 EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL

Os alunos da Pós PUCRS Online têm acesso a uma rede de mais de 100 professores altamente qualificados, provenientes de universidades renomadas nos Estados Unidos, Europa e diversos outros países.

Além disso, o programa oferece a oportunidade de aprender diretamente com líderes e executivos de empresas e marcas internacionais, que trazem para as aulas suas experiências práticas e conhecimento estratégico, proporcionando uma visão global e atualizada do mercado.





DEPOIMENTOS DE **ALUNOS**



PUCRS online



CAROLINA OLIVEIRA
Aluna PUCRS Online



Daiane Polo

Daiane Polo de Cuiabá, aluna da Pós-Graduação em Finanças, Investimentos e Banking.

“*Tenho que parabenizar a PUC pela iniciativa de trazer grandes professores para as aulas. Quando me inscrevi para as pós, o que mais me atraiu foi o quadro de professores.*

Hoje vejo que o que estas aulas estão agregando é bem superior ao quadro de professores. Em todas as aulas que assisti até agora aprendi algo de muito importante, que está me ajudando no desenvolvimento da minha carreira profissional. Parabéns aos idealizadores desta pós-graduação. Excelente!!



Danilo Mendonça

Danilo Mendonça do Ceará, aluno da Pós-Graduação em Finanças, Investimentos e Banking.

“*Com cursos online de extrema qualidade – como os da PUCRS – torna-se cada vez mais cômodo estudar no conforto da minha casa.*



ALAN CARDOSO

Aluno PUCRS Online



Thiago Guerra

Thiago Guerra do Rio Grande do Sul, aluno do MBA em Administração, Finanças e Geração de Valor.

“ Percebi que as competências que desenvolvi ao longo do curso são as mesmas que esses professores de grande sucesso usam seu dia a dia. ”



Gabriela Zorzo

Alumni de Engenharia Civil e aluna de Ciências da Computação

“ Para mim a PUCRS vai além de ser onde você vai para assistir às aulas. Conviver nesse Campus incrível, que não é apenas um espaço acadêmico, mas também nos conecta a startups e empresas, é um grande diferencial. ”



A NOSSA METODOLOGIA



PUCRS online

Metodologia

A metodologia da PUCRS Online foi pensada para atender aos alunos de forma flexível e adaptativa, considerando suas necessidades individuais. O objetivo é proporcionar uma experiência de aprendizado de alta qualidade, promovendo a autonomia e a excelência acadêmica.

Duração e a Carga Horária



A carga horária total do curso é de 364 horas, com duração de 12 meses.

Destes, nove meses são destinados ao estudo das disciplinas, e os três meses finais são reservados para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Caso necessário, é possível solicitar uma prorrogação de até três meses para a conclusão do TCC.

Número de Disciplinas

São 23 disciplinas, cada uma com 3 aulas ministradas por uma dupla de professores:

- Um professor da PUCRS, responsável pela parte acadêmica, como programação de conteúdo, avaliações e materiais complementares;
- Um professor convidado, escolhido especialmente por ser um dos maiores especialistas do mercado dentro do conteúdo da disciplina.
- O resultado disso é que você tem uma formação com solidez acadêmica e, ao mesmo tempo, aplicada à realidade.



Materiais de Estudo



Além do livro da disciplina, que serve como um guia estruturado para orientar o conteúdo das aulas, os alunos também têm acesso a uma variedade de materiais complementares. Esses recursos adicionais incluem estudos de caso detalhados, artigos acadêmicos e profissionais, entre outros.

Avaliações por Disciplinas

Cada disciplina inclui uma avaliação em formato de múltipla escolha, que foi desenvolvida para testar o conhecimento adquirido ao longo do curso e a compreensão dos principais conceitos abordados. Essa avaliação, além de ser uma ferramenta importante para medir o progresso do aluno, também contribui diretamente para a composição da nota final da disciplina.



Prova Final



Ao término do curso, os alunos recebem um ebook completo que contém o conteúdo integral de todas as disciplinas estudadas ao longo do programa. Esse material abrangente é disponibilizado como uma ferramenta essencial para ajudar o aluno a consolidar os conhecimentos adquiridos durante o curso.

TCC (Trabalho de Conclusão de Curso

A última disciplina do curso oferece conteúdos e métodos para que você desenvolva o planejamento de um projeto prático, aplicando os conhecimentos vistos ao longo do curso.



Esse projeto prático pode ser um estudo de caso, plano de empreendimento ou negócio, nova metodologia. Se preferir, você também poderá realizar um artigo de pesquisa tradicional.

O projeto é acompanhado por um orientador PUCRS, sendo a orientação realizada toda de forma online por meio da plataforma. O TCC não prevê banca.

Certificação de pós-graduação

Após cumprir todos os requisitos, você poderá solicitar o certificado com o selo da PUCRS, uma das melhores universidades da América Latina.

O certificado de pós-graduação da PUCRS Online é reconhecido pelo MEC, e nele consta o nome dos professores renomados do curso. Assim você receberá um Certificado de conclusão, com o nome de “Especialista em <nome do curso>”.



PUCRS online

Metodologia

Veja no infográfico a seguir o resumo dos 5 passos para a conclusão do curso e obtenção do certificado de pós-graduação e/ou MBA.

1ª DISCIPLINA



1º e 2º encontro com Professor Convidado



3º encontro com Professor PUCRS

2º COMPLEMENTOS



Livros digitais gratuitos, cases de estudo, fundamentos e exercícios. O aluno também pode interagir com professores PUCRS e colegas.

3º AVALIAÇÕES



Cada disciplina tem uma avaliação online de múltipla escolha. Essa será sua nota na disciplina.

4º PROVA DE FIM DE CURSO



Ao finalizar as disciplinas, você realiza uma prova integradora online, que conecta os conhecimentos das disciplinas. Você recebe um material completo de revisão, e pode utilizá-lo durante a prova.

5º TCC PRÁTICO SEM BANCA



Um projeto prático na área de sua escolha, como um novo empreendimento, ideia, metodologia ou um Trabalho de Conclusão de Curso em formato de pesquisa. Nesta etapa, o aluno recebe acompanhamento online de um orientador da PUCRS.

CERTIFICADO DE PÓS-GRADUADO



Reconhecido pelo MEC, constando os nomes dos professores renomados do curso. Com o selo da PUCRS, melhor Universidade Privada do Brasil segundo o Ranking Folha e que possui melhores programas de pós-graduação segundo o ranking CAPES/MEC.

A divisão de encontros entre professor convidado e professor PUCRS é estimada. Via de regra, o convidado tem dois encontros e o professor PUCRS, um encontro. Pode haver casos onde essa proporção se inverte, e casos onde exista mais de um professor convidado e mais de um professor PUCRS. As horas de duração também são estimadas, podendo durar mais ou menos, de acordo com o conteúdo e andamento da aula.

Amostra Educacional

Conheça uma parcela representativa do conteúdo acessando gratuitamente uma parte da aula e do e-book, que são os pilares principais do programa de estudo.

Videoaula: parte 1 da aula do **professor Tal Ben-Shahar**, conhecido por dar a disciplina mais demandada da história de Harvard



Veja o ebook completo dessa disciplina.

Baixar e-book



PUCRS online



CANAIS DE ATENDIMENTO E MATRÍCULA



0800 892 4840



(51) 93300-7000



atendimento.online@pucrs.br

PUCRS online



CONHECENDO O CURSO



PUCRS online



NOSSOS PROFESSORES



PUCRS online

Professores



Em breve

Perfil Completo



Luiz Alberto Marinho

Especialista em Marketing e Varejo

Perfil Completo



Fernando Vilela

CMO Rappi no Brasil, responsável pelo time de Marketing e Growth e expansão do aplicativo

Perfil Completo



Raphael Lassance

Cofundador da Growth Team e referência nacional em Growth Hacking

Perfil Completo



Professores



Sandra Turchi

Eleita como uma das profissionais de Marketing mais atuantes nas mídias sociais pela revista americana SMMagazine, por três anos consecutivos.

Perfil Completo



Tiago Maranhão

Country Manager com mais de 20 anos de experiência em jornalismo, criação de conteúdo e inovação.

Perfil Completo



Tim Ash

Um dos maiores especialistas mundiais em marketing digital

Perfil Completo



Ricardo Cappra

Cientista de dados que pesquisa o impacto dos dados nos negócios

Perfil Completo





PLANO DE DISCIPLINAS



PUCRS online



Disciplina

Experiência e Jornada do Cliente (2025)

Ementa

Fundamentos do modelo de marketing responsivo e customer centric. Análise da experiência e interação no consumo. A jornada de consumo e sua importância para o marketing. Compreensão das etapas da jornada do cliente.

Professor(a) convidado(a)

Fernando Vilela

CMO Rappi no Brasil, responsável pelo time de Marketing e Growth e expansão do aplicativo



Disciplina

Growth Hacking: crescimento rápido dos negócios (2025)

Ementa

A metodologia do Growth Hacking para o crescimento rápido dos negócios. Reflexões sobre o Marketing orientado a experimentos. Compreensão da testagem de hipóteses e priorização. Gatilhos para o crescimento rápido. Estratégias para o alcance, manutenção e encantamento dos clientes, potencializando as vendas e o aumento das indicações. O uso de equipes multifuncionais para a aplicação do Growth Hacking.

Professor(a) convidado(a)

Raphael Lassance

Cofundador da Growth Team e referência nacional em Growth Hacking



Disciplina

Neuromarketing: ciência ou modismo? (2025)

Ementa

Compreensão da importância da neurociência no estudo do consumo. Diferença entre neuroeconomia e neuromarketing. A relação do neuromarketing e o comportamento do consumidor sob a ótica da teoria cognitivista. O processo cerebral da tomada de decisão: razão e emoção; diferenças de gêneros, aspectos hormonais e preferências intertemporais; armadilhas da mente. Estratégias de Marketing e os estímulos neurais.

Professor(a) convidado(a)

Tim Ash

Um dos maiores especialistas mundiais em marketing digital



Disciplina

Branding 4.0: coerência no pensar, agir e comunicar (2025)

Ementa

O papel da comunicação no contexto do marketing 4.0. O poder da marca no mundo contemporâneo. Discussão de marcas e lovemarks. Planejamento de comunicação e construção da relevância no discurso das marcas. Entendimento das marcas na convergência on-line/off-line e narrativas transmidiáticas.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

**Comunicação com propósito: como fazer sentido ao consumidor
(2025)**

Ementa

Reflexão sobre marcas que se posicionam frente aos problemas sociais. Negócios que surgem a partir de causas. Os valores corporativos tangibilizados em discurso. A importância de uma tomada de posição para as novas gerações. Propósito como fator de engajamento do consumidor com a marca.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Criatividade para gerar grandes cases (2025)

Ementa

Criatividade e o processo de inovação: conceitos e princípios. Caracterização dos estágios do processo criativo. A criatividade e a geração de ideias inovadoras. Discussão da criatividade como processo passível de aprendizado.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Branding na lógica do consumo (2025)

Ementa

O gerenciamento (branding) e a comunicação de marcas. Análise dos componentes, valores e atributos da marca. A evolução da gestão de marcas e as mudanças no relacionamento com o consumidor. Discussão de brand equity e a construção de marcas.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Growth por meio de canais próprios e inbound (2025)

Ementa

A definição do Inbound Marketing. Discussão sobre Marketing Tradicional vs Inbound Marketing: convergências e divergências. A definição do Buyer Persona. Estruturação de um funil de vendas. Estratégias e ações.

Professor(a) convidado(a)

Sandra Turchi

Eleita como uma das profissionais de Marketing mais atuantes nas mídias sociais pela revista americana SMMagazine, por três anos consecutivos.



Disciplina

Dados, pesquisa e tendências: como fazer MKT inteligente (2025)

Ementa

O planejamento da pesquisa de Marketing. Os tipos de pesquisa de Marketing. Comparação entre fontes de dados primários e secundários. Entendimento da pesquisa nos ambientes online e off-line. Aplicações de netnografia.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Design Thinking na criação de produtos e serviços (2025)

Ementa

Concepção e inovação de produtos e serviços. O método do Design Thinking para a criação de valor. O entendimento da criatividade e o processo criativo. Discussão de práticas de empatia junto ao público usuário. Caracterização de métodos para a geração de ideias. O processo de ideação e a inovação em produtos e serviços.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Identificação com a marca: a memória e a emoção na compra (2025)

Ementa

A importância das métricas e o relacionamento com o consumidor. Discussão sobre memória e emoção. A relação entre consumo e emoção. A mensagem e sua forma como essenciais para construir o crescimento das marcas.

Professor(a) convidado(a)

Luiz Alberto Marinho

Especialista em Marketing e Varejo



Disciplina

Cultura analítica e tecnologia (2025)

Ementa

O impacto das novas tecnologias da informação na gestão dos negócios. O uso de Data Science para a tomada de decisão gerencial. As aplicações da Inteligência Artificial na área de negócios. Business Intelligence e Business Analytics com o uso de Data Science. Utilização do DS e IA para potencializar os negócios: marketing, operações, logística, pessoas, etc.

Professor(a) convidado(a)

Ricardo Cappra

Cientista de dados que pesquisa o impacto dos dados nos negócios



Disciplina

Marketing de Vanguarda (2025)

Ementa

Introdução aos principais conceitos de Marketing. Entendimento do Marketing holístico. Análise dos principais desafios do Marketing moderno. Discussão de perspectivas para o futuro do Marketing.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

MKT de Conteúdo e Storytelling (2025)

Ementa

O conteúdo como diferencial de marca. Discussão de situações e contextos. Entendimento de histórias forever e o storytelling como estratégia de envolvimento.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Negócios Disruptivos (2025)

Ementa

O impacto da transformação digital na disrupção de modelos de negócios. O surgimento e criação de novos mercados através da disrupção tecnológica. Análise da inteligência artificial como vantagem competitiva nos novos mercados.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Planejamento e estratégias de marketing (2025)

Ementa

As principais orientações empresariais. Entendimento dos recursos de Marketing. Análise de portfólio de produtos. Princípios de segmentação de mercado. Definição de mercado-alvo e posicionamento competitivo.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Experiência Omnichannel (2025)

Ementa

Apresentação e aprofundamento do conceito de omnichannel. Análise do comportamento do cliente para definição de estratégias de comunicação. Potencialização da experiência do usuário e da experiência de consumo. Discussão de estratégias para integração entre canais on-line e off-line. Análise e mensuração da experiência do usuário e de consumo.

Professor(a) convidado(a)

Tiago Maranhão

Country Manager com mais de 20 anos de experiência em jornalismo, criação de conteúdo e inovação.



Disciplina

Gestão de Competitividade e Inovação (2025)

Ementa

Discussão dos conceitos de Inovação. Análise da competitividade no mercado. Desenvolvimento de subsídios para preparar a cultura organizacional ao ambiente inovador. Criação de organizações intraempreendedoras.

Professor(a) convidado(a)

Em breve



Disciplina

Economia Comportamental e Decisões do Consumidor (2025)

Ementa

Ementa da Disciplina: Caracterização do processo de tomada de decisão de compra. O comportamento do consumidor em diferentes situações. A influência de fatores emocionais, sociais, econômicos e contextuais na tomada de decisão. As estratégias com foco no aumento do bem-estar do consumidor.

Professor(a) convidado(a)

Em breve

PUCRS online

 **uol** edtech.

