

MARKETING ANALYTICS

COM TÉCNICAS DE DATA-DRIVEN COM EXCEL PARA
TOMADA DE DECISÃO EM MARKETING

MÉTODOS
Σ X ATOS®
CURSOS AVANÇADOS PARA ANÁLISE DE DADOS

CARGA HORÁRIA: 60 horas

DURAÇÃO: Acesso ilimitado

COORDENAÇÃO:

Prof. Ms. André Luis M. F. Santos

OBJETIVOS

- Desenvolver fundamentação teórica e prática em métodos analíticos em Marketing Intelligence para Tomada de Decisão; Capacitar os alunos nas principais técnicas estatísticas e matemáticas para acompanhamento e otimização de indicadores de desempenho na Análise de Pricing, Valor do Consumidor, Segmentação de Mercado, Análise de Novos Produtos, Varejo, Efetividade da Publicidade, Marketing Mix Modeling, e Social Marketing. Desenvolver o pensamento crítico nos alunos, fazendo com que os mesmos consigam através dos modelos analíticos gerar insights para tomada de decisão.

DIFERENCIAL

- Curso desenvolvido com linguagem simples, com foco em pessoas com pouco conhecimento em métodos analíticos.
- O curso é vitalício, assim ao adquirir o curso os alunos não precisam ter pressa para finalizar e terão o material sempre disponível para futuras consultas.
- Após finalizar o curso, serão notificados sempre que o mesmo receber qualquer atualização, podendo fazê-las gratuitamente.
- Mentoria para definição das melhores trilhas (cursos) de acordo com o objetivo profissional e perfil de cada aluno.

PERFIL DOS ALUNOS

- Profissionais de diversas áreas com interesse em desenvolver projetos em data-driven.
- Este curso é desenvolvido para profissionais com nenhum ou pouco conhecimento em técnicas estatísticas e matemática.

METODOLOGIA

- O Métodos Exatos tem sua própria metodologia de ensino, focada no processo de Educação Continuada e Progressiva. Iniciando com Estudos de Casos simples e conforme o aluno vai adquirindo maior conhecimento sobre o assunto o mesmo começa a ser exposto à situações mais complexas.
- Acreditamos no rigor científico, desde que transmitido com uma linguagem simples e de fácil entendimento, para que qualquer pessoa com nenhum ou pouco conhecimento em Métodos Exatos consigam desenvolver suas atividades e evoluir seus estudos nesse campo do conhecimento.
- Utilizamos como ferramentas de aprendizagem vídeo aulas com demonstrações da teoria e atividades, estudos de casos, desenvolvimento de modelos estatísticos no Excel, material para downloads e exercícios práticos para fixação de conteúdo.

SUPORTE

- Plantão de dúvidas sobre o conteúdo e atividades propostas, e suporte sobre as lições ensinadas no curso que forem aplicadas no ambiente de trabalho.
- Nosso suporte é feito por e-mail, WhatsApp, chat, ou vídeo e material de apoio digitalizado.

CONCEITOS INICIAIS

I. USANDO EXCEL PARA RESUMIR DADOS

1. Preparando dados em Marketing com Pivot Tables
2. Gráficos para resumir dados em Marketing
3. Funções no Excel para resumir dados em Marketing

II. PRICING

4. Estimativa de Demanda e Otimização de Preços
5. Agregação de Preços
6. Precificação Não Linear
7. Estratégia de Preços & Vendas
8. Gestão da Oferta

III. FORECASTING

9. Regressão Linear Simples
10. Regressão Linear Múltipla
11. Previsão de Eventos Especiais
12. Análise de Tendência e Sazonalidade
13. Previsão pelo Método de Médias Móveis
14. Previsão pelo Método de Winter
15. Redes Neural para Previsão de Vendas

IV. ANÁLISE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

16. Análise Conjunta
17. Regressão Logística
18. Análise da Escolha do Consumidor

V. VALOR PARA O CLIENTE

19. Valor do Tempo de Vida do Cliente
20. Valor do Cliente para Avaliação do Negócio
21. Simulação de Monte Carlo para Tomada de Decisão em Marketing
22. Alocação de Recursos em Marketing para Aquisição e Retenção de Clientes

VI. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

23. Análise de Cluster
24. Filtragem Colaborativa para Recomendação
25. Árvore de Classificação para Segmentação

VII. FORECASTING PARA VENDAS DE NOVOS PRODUTOS

26. Curvas S para Previsão de Vendas de Novos Produtos
27. Modelo “*the Bass*” para Análise da Ativação de Novos Produtos
28. Princípio de Copérnico para prever vendas futuras

VIII. VAREJO

29. Análise do Carrinho de Compra
30. RFM Análise & Otimização de Campanhas de E-mail
31. Análise do efeito do Mix de Marketing nas Vendas com SCAN PRO
32. Técnicas para Análise da Alocação de Espaço no Varejo
33. Previsão de Vendas com Poucos Dados

IX. PUBLICIDADE

34. Mensuração da Efetividade da Propaganda
35. Modelos para Seleção de Mídia
36. Publicidade Custo por Clique

X. FERRAMENTAS PARA PESQUISA EM MARKETING

37. Análise de Componentes Principais
38. Escala Multidimensional
39. Algoritmos de Classificação & Análise de Discriminante
40. Análise de Variância I
41. Análise de Variância II

XI. INTERNET & SOCIAL MARKETING

42. Redes
43. A Matemática por Trás do Ponto de Inflexão
44. Marketing Viral
45. Mineração de Texto

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

CONCEITOS INICIAIS

- Apresentar aos alunos um breve contexto histórico sobre o Marketing Analytics, mostrando a sua importância para a estratégia de Marketing;
- Mostrar como o curso está organizado;
- Orientar os alunos de como estudar.

I. USANDO EXCEL PARA RESUMIR DADOS

- Mostrar como utilizar o Excel para organizar e analisar de forma resumida conjunto de dados para gerar importantes insights para marketing.

II. PRICING

- Entender como os preços impactam nas receitas e lucros.
- Analisar como o efeito da mudança de preços afetam os consumidores.

III. FORECASTING

- Analisar e modelar matematicamente as relações entre variáveis de interesse.

IV. ANÁLISE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- Determinar quais os atributos nos produtos são mais ou menos importantes na tomada de decisão de escolha pelos consumidores.

V. VALOR PARA O CLIENTE

- Determinar o ciclo de vida do cliente e usar esse cálculo para aumentar o lucro da empresa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

VI. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

- Aprender como categorizar objetos em grupos para melhorar o modelo de precificação de produtos.

VII. FORECASTING PARA VENDAS DE NOVOS PRODUTOS

- Realizar previsões para vendas futuras de novos produtos.

VIII. VAREJO

- Utilizar o carrinho de compras para analisar como identificar “compra casada” e como utilizar essa estratégia para aumentar os lucros.

IX. PUBLICIDADE

- Mensurar a efetividade dos anúncios e desenvolver modelos de seleção de Mídia.

X. FERRAMENTAS PARA PESQUISA EM MARKETING

- Apresentar aos alunos as principais ferramentas para análise estatística de dados utilizadas em Pesquisa de Mercado.

XI. INTERNET & SOCIAL MARKETING

- Nesta parte do curso os alunos irão aprender como o marketing descrever analiticamente redes sociais para gerar insights.
- Aplicar a teoria de redes sociais para disseminar novos produtos.

CORPO DOCENTE

- Nosso corpo docente é formado por profissionais com vasta experiência de mercado, na área acadêmica e corporativa, conciliando didática, teoria e prática na medida certa. Assim, o curso, além de transmitir conhecimento técnico com rigor científico, de uma maneira simples, com didática focada para pessoas com dificuldade no aprendizado em ciências exatas, também enriquece o currículo dos alunos com estudo de casos vivenciados no dia a dia do mundo corporativo.

ANDRÉ MARQUES



Coordenador e professor do curso Marketing Analytics, André Marques acumula mais de 20 anos de experiência profissional. Iniciou sua carreira como professor de Matemática e matérias afins. Alguns anos depois, em paralelo a carreira acadêmica, começou a trabalhar no setor financeiro, como consultor de mercado de renda variável e desde 2006 tem trabalhado com Business Intelligence, em consultorias e agências de publicidades, entre elas, Gauge, Havas WW, J.Walter Thompson, Dentsu Aegis, chegando ao cargo de Diretor de Estratégia de Dados & Insights.

- Doutorando em Administração de Empresa & Marketing pela Fundação Getúlio Vargas/SP, possui Mestrado em Engenharia de Produção, onde concentrou seus estudos na área de Modelagem Matemática e Computacional para Simulação e Otimização de Recursos Especialistas em Agências de Publicidade. Possui ainda formação em Marketing, Inteligência Competitiva, Estatística Aplicada à Negócios, Matemática e Ciências.
- Atualmente, na área de Pesquisa Científica, está trabalhando na análise de métodos quantitativos aplicados na otimização da jornada do consumidor.

PALOMA MADANÊLO



Mentora do curso Marketing Analytics, Paloma Madanêlo há mais de treze anos no mercado, sempre foi uma profissional orientada por dados para tomada de decisão. Tendo como missão, ponderar aspectos qualitativos e regras de negócio com técnicas de análise de dados, em particular análise estatística.

- Iniciou sua carreira no setor bancário, onde atuou como analista de risco de mercado, responsável pelas análises de otimizações de carteiras de câmbio. Depois seguiu carreira na área de Pesquisa de Mercado em duas importantes empresas do setor Kantar/IBOPE e Fundação Getúlio Vargas. Nos últimos anos tem dedicado sua vida profissional à área de Marketing Intelligence, sendo a atual Coordenadora de Estratégia de Dados & Insights da Dentsu Aegis.
- Formada em Estatística pela Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE) é especialista em Pesquisa de Mercado pela Universidade de São Paulo, onde concentrou seus estudos em Modelos de Pesquisa nas Redes Sociais e por E-mail.

MÉTODOS EXATOS

- A plataforma de cursos Métodos Exatos é um produto da empresa **MARQUES CONSULTORIA & TREINAMENTO EM OTIMIZAÇÃO DE SISTEMAS E NEGÓCIOS LTDA**, CNPJ: 30.739.913/0001-95, com sede na cidade de São Paulo/SP - Brasil.
- Com cadastro nacional de pessoa jurídica, está apta e devidamente legalizada para prestar serviços de:
 - **Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial**
 - **Consultoria em tecnologia da informação**
 - **Palestras em congressos e exposições**
- **Métodos Exatos é um sistema de aprendizado online com foco em métodos analíticos para tomada de decisão.** Diferente de outras plataformas de cursos focadas apenas em ensinar os alunos a usar ferramentas, nossa abordagem é diferente.
- **Nosso objetivo é desenvolver o pensamento crítico para tomada de decisão.** Assim, utilizamos o que há de mais moderno em softwares e técnicas para análise de dados, aliados a expertise dos nossos professores, nos mais diversos campos do conhecimento humano. Para nós a tecnologia não é o fim, mas apenas um meio para alcançar o sucesso e nesse sistema as pessoas devem ser o principal diferencial competitivo das organizações, responsáveis pelas grandes transformações na nossa sociedade.

MÉTODOS
SEXATOS®
CURSOS AVANÇADOS PARA ANÁLISE DE DADOS

INFORMAÇÕES

Tel.: (11) 93014-7002 | cursos@metodosexatos.com.br