

**MAIS DO QUE  
OLHAR PARA  
O FUTURO,  
AQUI VOCÊ  
APRENDE  
A CRIÁ-LO.**

FUTURO \_

\_ TENDÊNCIAS

\_ INOVAÇÃO



**INOVA**  
BUSINESS SCHOOL

Uma instituição do grupo  
**unità**educacional

---

# ÍNDICE

A Inova Business School	04
Nossos Diferenciais	07
Quem faz a Inova	09
Parcerias estratégicas	29
MBA Executivo	35
Pós-MBA	43
Master	49
Pós-graduação em Neuromarketing	53
Pós-graduação em Branding	57
Pós-graduação em Neomarketing	61
Inova Experience	69
Empreendedorismo no Vale do Silício	73
In Company	77

---

# A INOVA BUSINESS SCHOOL

A Inova Business School é uma escola de negócios que tem como propósito formar profissionais visionários e inovadores. Em outras palavras, aqui passado e presente ocupam um papel secundário.

Todos os nossos programas foram criados e são orientados pelas tendências. O nosso DNA se resume em duas palavras: Futuro e Inovação. E mais do que olhar para o futuro, aqui você aprende a criá-lo.

A seguir, conheça a nossa lista de Cursos e venha construir o seu futuro, hoje.

**Nascemos  
em 2013.**

**Somos  
apaixonados  
por educação  
executiva.**

**Aqui, passado  
e presente  
não entram.**

**Somos  
orientados para  
o futuro e para  
a inovação.**

## **NOSSOS DIFERENCIAIS**

---

- Cursos inovadores, alinhados com os temas mais emergentes no cenário mundial do mundo dos negócios;
- Foco no Futuro e na Inovação;
- Realidade dos mercados para a sala de aula: por meio da Inova Consulting, núcleo de Consultoria do grupo, as principais tendências do mercado e cases reais desenvolvidos pela consultoria são objetos de estudo;
- Disciplinas, métodos e sistema de avaliação inovadores;
- Parceria Acadêmica com a Universidade da Califórnia, uma das mais conceituadas escolas de negócios do mundo;
- Escola de Negócios com inclinação para o empreendedorismo, atuando como laboratório de Startups por seu currículo inovador.



# QUEM FAZ A INOVA

FUNDADORES,  
DOCENTES E  
CONVIDADOS



## LUIS RASQUILHA

Presidente & CEO da Inova Consulting, CEO da Inova Business School e CEO da RWEAR. Managing Director do WIN (Worldwide Innovation Network). Formação Disruptive Strategy (Harvard Business School, USA), Strategic Management (Copenhagen Business School, DNK), Creativity & Design Thinking (Stanford University, USA), Empreendedorismo e Gestão da Inovação (UCP, Portugal), Gestão (INOVA Business School, Brasil; ISG e ISCTE, Portugal), Marketing (UCP, Portugal) e Comunicação (INP, Portugal). Professor da FIA | USP, Colunista da Rádio CBN e da Band Campinas. 20 anos de experiência em consultoria nas áreas de comunicação, marketing, estratégia, futuro, tendências e inovação estratégica com atuação na Europa, EUA, África e América do Sul. Autor e coautor de diversos livros de Marketing, Comunicação, Futuro, Tendências e Inovação. Head do FAB Future Advisory Board da Região Metropolitana de Campinas.



## MARCELO VERAS

Graduado em Engenharia Química, com pós-graduação em Gestão de Produção, MBA Executivo em Marketing e em Gestão de Negócios. Master em Tendências, Coolhunting e Gestão da Inovação. Pós-MBA em Finanças. Presidente da Inova Business School. Sócio e membro do conselho da Inova Consulting. Diretor Adjunto da ACIC Associação Comercial e Industrial de Campinas. Professor de Planejamento de carreira da Inova Business School. Experiência de 26 anos em empresas como: Rede Positivo, Souza Cruz, Claro, TIM, ESPM, ESAMC, Inova Consulting, Unita Educacional e Atmo Educação. Autor/Organizador de dois livros: Métodos de Ensino para Nativos Digitais (Atlas, 2010) e Gestão de Carreira e Competências (Atlas, 2014). Mediador do FAB Future Advisory Board, grupo de líderes da região de Campinas, que se reúne bimestralmente para discutir Futuro e Tendências.

## ALEXANDRE REZENDE



Biólogo graduado pela PUC-Campinas, mestre e doutor em Morfofisiologia do Sistema Nervoso pela UNICAMP. Desenvolveu projeto de pesquisa na área de Neurobiologia enfatizando o estudo da neuroregeneração e em doenças neurodegenerativas e neurotraumas pelo Departamento de Fisiologia e Biofísica da UNICAMP. Atua na área de Neurociência aplicada à Educação pela PUC-Campinas e pelo Instituto Brasileiro de Formação de Educadores (IBFE). Também é professor de Fisiologia, Biofísica, Histologia, Biologia Celular e Processo Ensino-Aprendizagem na Vida Universitária, na PUC. Desenvolve Prática de Formação visando o estudo do cérebro na aprendizagem e memória, intitulada Neurociência e Educação na PUC. É professor de Neurofisiologia no Curso de pós-graduação em Neuropsicologia da Infância e da Adolescência na UNICAMP. Professor de Neuromarketing na Inova Business School. Professor do Curso de extensão Mente, Cérebro e Envelhecimento junto à Universidade da Terceira Idade da PUC.

## ANA LUÍSA NEGREIROS



Bacharel em Comunicação Social com Especialização em Marcas pela ESPM. Em 2010 adquiriu seu MBA, com Especialização em Liderança Estratégica, na Universidade CEU-San Pablo de Madrid. Iniciou sua carreira em Gestão de Marketing e Branding, passando por startups, agências de publicidade e empresas multinacionais nas áreas farmacêutica e telecomunicações onde atuou em diversos países da América Latina na gestão de produtos, desenvolvimento de inovações e estratégias comerciais.

## ANA MARCHI



Consultora na área de Desenvolvimento Organizacional e Desenvolvimento de Lideranças. Coach, professora e mentora em temas ligados à Gestão de Pessoas e Planejamento de Carreira. Organizadora e instrutora de Cursos de Mindfulness. Foi executiva do Grupo DPaschoal e atuou nas áreas de TI, Processos, Desenvolvimento Organizacional e Responsabilidade Social. Graduada em Análise de Sistemas pela PUC-Campinas, com MBA em Gestão Empresarial e especializações em Contabilidade e Administração Financeira. Vasta formação em RH, incluindo o Curso Human Resources Executive Program da Universidade de Michigan, considerado referência em RH Estratégico. Certificada pela International Coaching Community e pelo Mindfulness Trainings International.

Economista e Mestre em História Econômica pelo Instituto de Economia da UNICAMP. Doutorando em Desenvolvimento Econômico. Atuou na área de Operações Internacionais da Natura Cosméticos e no SEBRAE-SP. Atualmente é consultor, palestrante e professor da Inova Business School, da ESAMC e da FGV Management.

## ANDERSON PELLEGRINO



## ANDRÉ GUIMARÃES



Coordenador nacional da disciplina de Gestão Estratégica de Negócios e orientador do Plano de Negócios Digitais e Gestão da Qualidade na Inova Business School. Experiência de 15 anos no mercado Latino Americano de Telecomunicações e alta tecnologia, tendo atuado em empresas como Corning Inc., Draka, Huawei Technologies, Padtec e 3M do Brasil. Atualmente dirige as operações da Finisar Inc. para América Latina. É graduado em Física e Física Aplicada, com pós-graduação em eletrônica quântica, com MBA em Marketing pela Johnson School Cornell e em Trends & Innovation.

## ANDREA RUSSO



Formada em Desenho Industrial e Pós-graduada em Gestão de Marketing pela ESPM. Especialista no comportamento de consumidores com as marcas, diretora de marketing e projetos na consultoria TroianoBranding, além de mais de 20 anos nas principais agências de Comunicação Integrada e CRM de São Paulo (Fábrica, Grey e Wunderman). Também é professora do Curso de Imersão em Branding na HSM Educação, Mackenzie e Inova Business School. Foi, durante 8 anos, conselheira da ABEMD - Associação Brasileira de Marketing Direto.

## CAIQUE PEGURIER



Formado em Engenharia Química pela PUC- RJ, possui também pós-graduação pela COPPE-UFRJ e mestrado em Management of Technology pela Sloan School of Management do MIT (Massachusetts Institute of Technology).

Em 27 anos de carreira, passou por posições de liderança, tais como Diretor de Desenvolvimento de Negócios, Diretor de Vendas, VP de Inovação e Negócios, e Presidente em empresas como SC Johnson, White Martins/Praxair, Lucent Technologies, Telcordia, epay Worldwide e Kroton Educacional.

Atuou em diversos setores da economia como Bens de Consumo, High Tech, Meios de Pagamento e Educação. Liderou duas startups.

Há 15 anos, doa seu tempo e conhecimento como mentor voluntário na Fundação Estudar e na Endeavor, ajudando a promover empreendedorismo de alto impacto em vários países. CEO da Wide.

## CECÍLIA RUSSO TROIANO



Psicóloga Clínica pela PUC-SP. Mestre em Women and Gender's Studies - Georgia State University, Atlanta, USA.

COO da TroianoBranding, empresa que se dedica à gestão de marcas e comportamento do consumidor. Autora de 2 livros dedicados às mulheres: "Vida de Equilibrista: dores e delícias da mãe que trabalha", pela Editora Cultrix e "Aprendiz de Equilibrista: como ensinar os filhos a conciliar família e carreira" pela Editora Évora.

Colunista regular dos seguintes veículos: Revista Pais e Filhos, Revista RA, The Little Pink Book (USA) e Portal Vila Mulher. Coordenadora e Professora do Curso de Imersão em Branding Troiano/HSM (desde 2011). Casada e mãe de dois filhos universitários, considera-se também uma equilibrista apaixonada pelo que faz.

## ELCIO RODRIGUES DAMACENO



Graduação em Engenharia Mecânica (Unicamp) e Especialização em Marketing pela (ESPM). Engenheiro Mecânico, formado pela Unicamp e Especialista em Gestão de Marketing pela ESPM. Atuou por quase 20 anos em empresas como 3M, Robert Bosch e Whirlpool em diversas posições, onde adquiriu experiência na Gestão de Negócios e Marketing. É professor, consultor e palestrante nas áreas de Planejamento Estratégico, Marketing e Vendas.

## ELCIO SOTKEVICIENE



Professor Mestre e Executivo de negócios internacionais, atuou nas empresas Eriez, Basf, Formed, Black & Decker, Case, Ericsson e Flextronics, liderando processos de Internacionalização de empresas e produtos, transportes globais, trade compliance, desenvolvendo soluções para cadeia supridora, de ponta a ponta em operações multiclientes, incluindo logística reversa. Dirige a Sotlog focada em educação, no desenvolvimento de conteúdos programáticos, palestras e consultoria em negócios, atuando como Professor em bacharelado, MBA e Pós-MBA.

## ELIANE EL BADOUY CECCHETTINI



Publicitária premiada, coautora de dois livros, professora, palestrante e conferencista, Pós-graduada em Marketing pela ESPM. 30 anos de carreira construídos em grandes grupos de comunicação como Editora Abril, Folha de S.Paulo e Sony Entertainment Television e agências de propaganda. Atualmente é Pesquisadora do comportamento, comunicação, mecanismos de atenção e do consumo de mídia do jovem contemporâneo e Sócia-diretora da Badu + COP, fruto da parceria Internacional de sua empresa Target House com a Agência Italiana de Branding & Design Conte Oggioni & Partners atuando nas áreas de: Comunicação Corporativa, inteligência em Mídia, Arquitetura e Modelagem de Target (On e Offline), Branding, Design, Gestão do Capital Reputacional, Planejamento e Ativação de negócios (Brasil / Itália).

## ERIKA POZETTI



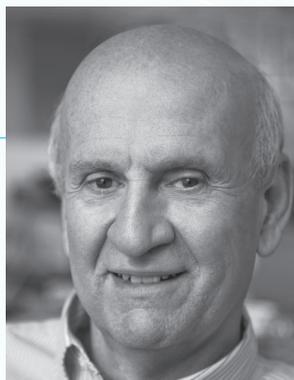
Mestre em Design e Arquitetura pela USP e graduada em Arquitetura e Urbanismo pela PUC-Campinas. Hoje é proprietária da EP Mix Design, onde atua profissionalmente executando trabalhos gráficos em Branding design, Packing design e Design Thinking. Ingressou na carreira docente em 1997 lecionando nos Cursos de comunicação social, design de interiores, paisagismo, moda, design gráfico e engenharia. Atualmente coordena a pós-graduação em Design Gráfico no SENAC Campinas, leciona na ESAMC Campinas, é orientadora do MBA em Design Thinking na Inova Business School, é mentora no Pós-MBA da mesma instituição e Consultora Sênior da Inova Consulting.

## FERNANDO RODRIGUES



Docente no Instituto Politécnico de Leiria e no IPAM - Instituto Português de Administração e Marketing nas áreas de consumo e NeuroMarketing. Especialista em processos de tomada de decisão e neurociência do consumo. CEO NeuroMarketICN - Intelligence Consumer Neuroscience Agency, Ltda. (worldwide) & CEO of PsicoSoma (Portugal). Investigator do GIINCO (Colombia). Autor de diversos artigos e livros sobre neurociência cognitiva aplicada ao consumo.

## JAIME TROIANO



Formado em Engenharia Química pela FEI e em Sociologia pela USP, Jaime fundou e comanda há 23 anos a TroianoBranding, a primeira empresa brasileira dedicada integralmente à gestão de marcas. Antes disso, foi VP de Planejamento e Consumer Insights para agências como Young & Rubican, MPM-Lintas e BBDO, com atuação em toda a América Latina. Possui diversos artigos e estudos sobre Branding e comportamento do consumidor publicados no Brasil e exterior. Contribui para diversos veículos na área de marketing e negócios. Autor do livro “As marcas no divã: uma análise de consumidores e criação de valor” (Editora Globo). Tem um programa semanal na Rádio CBN: “Sua marca vai ser um sucesso”.

Professor titular da Fundação de Ensino Octávio Bastos e Gerente do Setor de Empreendimentos de SJBV da Sabesp. É Bacharel em Direito pela Fundação de Ensino Octávio Bastos, graduado em Administração pela Mackenzie, em Engenharia Civil pela Faculdade de Engenharia de São Paulo, em Engenharia de Operações Civis pela Mackenzie e Tecnólogo em Construções Civis - Modalidade Hidráulica - pela UNESP. Tem Especialização em Filosofia Ética pela PUC-Campinas, em Administração de Empresas pela Faculdade de Administração e Economia de SJBVista e em Saneamento Básico/Engenharia Sanitária pela USP.

## JOSÉ CARIOCA



Licenciado em Comunicação Social pela Escola Superior de Educação de Viseu - IPV. Mestre em Comunicação e Marketing pela Escola Superior de Educação de Viseu IPV com Especialização em Place Branding. Especialização em Gestão da Formação pela YourExist. Diretor da Unidade PsicoSoma Viseu (Gestão, Marketing e Formação). CCO do Neuromarket ICN Agency e é responsável por projetos nas áreas do Marketing Estratégico e Place Branding (Beira Baixa Terras de Excelência; Vouzela etc), Consultor de projetos nacionais e internacionais na América Latina (Colômbia, México e Brasil) de Marketing Estratégico e Comunicação. Speaker nas áreas de Place Branding & Experiential City com dezenas de conferências em autarquias, associações comerciais e empresariais, bem como aulas livres em universidades de Portugal como o IPViseu, IPLeiria, IPGuarda ou ainda Escola Superior Miguel Torga em Coimbra. Professor nas áreas do Marketing, Comunicação, Design Thinking, Criatividade, Recursos Didáticos e Plataformas Colaborativas. Consultor na Formação Profissional em formato B-Learning, via plataformas Moodle e Formare. Organizador de diversos eventos de caráter científico, desde Congresso Internacional de Neurociência e Educação Especial; Simpósio Gerontologia e ainda o Mark(think) PsicoSoma In(ovate).

## JULIEN DIOGO



## LUCIANO ALVES ROCHA



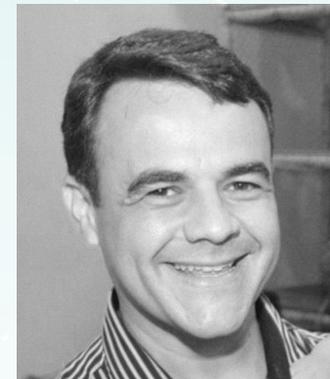
Especialista em Administração de Empresas - CEAG - FGV, 2008. Graduado em Engenharia Elétrica - USP - São Carlos, 2003. Carreira de 12 anos na gestão de processos de negócio nas áreas de TI e Supply Chain em empresas nacionais e multinacionais tais como Unilever, Abrange Logística e Construtora Tenda. Atuação na gerência de projetos de implantação de operações logísticas de armazenagem e distribuição em empresas como AmBev e Coelce, gerando aumento do faturamento e expansão das atividades em nível nacional.

## LUIZ EDUARDO SERAFIM



Administrador de empresas (EAESP/FGV-SP) e publicitário (ECA-USP), pós-graduado em administração com ênfase em marketing (EAESP/FGVSP) e com Especialização em desenvolvimento do potencial humano (PUCCAMP). Head de Marketing da 3M do Brasil nas áreas de Comunicação, e-Commerce, Insights e Programas de Inovação. Palestrante com mais de 600 apresentações sobre Inovação e Negócios. Professor de Gestão de Marketing e Inovação na Inova Business School, Fundace USP Ribeirão Preto, ESAMC Campinas, e AmCham Campinas. Autor do livro "O Poder da Inovação" - Como alavancar a inovação na sua empresa (Editora Saraiva)

## MARCELO MORAES



Mais de vinte anos de carreira em grupos de mídia como Editora Abril, Editora Globo, Grupo RAC e Estadão, onde está atualmente como Diretor de Marketing e Novos Negócios.

Ao longo dessa trajetória gerenciou e desenvolveu novos produtos e projetos para diferentes marcas como Playboy, Quatro Rodas, Placar, National Geographic, Época e Marie Claire. Formado em Administração de empresas pela Universidade Mackenzie e possui dois MBAs - um em marketing pela ESPM e outro em Gestão da Inovação pela FIA - USP.

## MARCELO PAVANI



Biólogo, formou-se na Universidade de São Paulo (USP). Fez MBA em Gestão Ambiental (Metrocamp) e iniciou seu doutoramento em Zoologia e Evolução (USP). Atualmente dedica-se exclusivamente à docência e à gestão, atuando como diretor de Cursos pré-vestibular. Professor de Neuromarketing da Inova Business School e do Instituto Brasileiro de Formação de Educadores, IBFE.

## MAX FRANCO



Educador, literato e turismólogo. Professor de Língua Portuguesa, Língua Italiana, Literatura e Redação, além de Guia de Turismo. É professor convidado da Inova Business School e também do IBFE - Instituto Brasileiro de Formação de Educadores. Consultor e professor na área de Storytelling. É graduado em Letras e pós-graduado em Inovação na Educação. Possui 6 livros publicados, entre eles o primeiro livro no Brasil sobre Storytelling e suas aplicações no mundo dos negócios.

Experiência como executiva de Gestão de Pessoas em empresas multinacionais, tais como WABCO e Merck Sharp & Dohme. Soma-se a essa experiência a intensa participação em comitês executivos, grupos profissionais de RH e associações de indústrias. Atualmente assessora líder de empresas e profissionais de RH no desenho e implantação de estratégias de Gestão de Pessoas com foco em resultados e em pleno alinhamento com as Estratégias de Negócio. É Coordenadora Nacional da disciplina de Gestão de Pessoas e do MBA em Gestão de Pessoas e Resultados da Inova Business School. Terapeuta Ocupacional pela PUCCAMP, pós-graduada em Gestão e Estratégia de Empresas pela UNICAMP e estudos avançados sobre Liderança pela Fundação Dom Cabral.

## MIRIAM MOREIRA



Formado em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (RJ) e em Economia pela Universidade Estadual da Guanabara. Pós-graduado em Comércio Exterior pela Faculdade de Relações Internacionais da Guanabara e Universidade Federal do RJ (COOPEAD). Trabalhou por mais de 30 anos na IBM e foi responsável por atividades “back office” no Brasil, com amplo conhecimento nas áreas de Faturamento e Contas a Receber, Suporte às Operações de Marketing, Relações Governamentais, Remanufatura 4PL, Logística Reversa e Regulamentação de Import/Export. Foi Executivo de Logística Global para toda a América Latina. Fundador do Comitê de Supply Chain e Sponsor da Força Tarefa de Infraestrutura da AmCham. Em 2014 fundou a RGN Log - Soluções de Logística e Supply Chain.

## NELSON FERNANDES JUNIOR



Doutor em Psicologia da Saúde. Professor nas Universidades de Portugal: Lusófona e no ISMAT, Portimão, sendo, também, o atual coordenador do laboratório de Psicologia Experimental do ISMAT. É o mentor e fundador do I Encontro Nacional de Oculometria Cognitiva, em Portugal. É pesquisador na COPElabs e no Centro de Investigação e Intervenção Social (CIS) e já publicou diversos artigos científicos e capítulos de livros na área da atenção, emoção e eyetracking. Foi distinguido com o prêmio Pesquisador de Mérito pela Sociedade Portuguesa de Psicologia da Saúde. Professor da Inova Business School no Curso de Neuromarketing.

## PEDRO JOEL ROSA

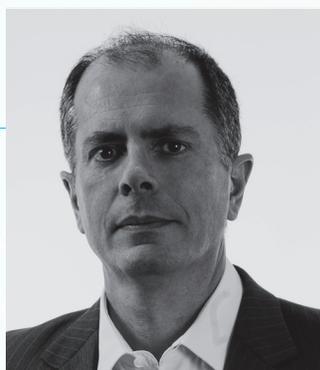


## PEDRO MORA



Graduado em Economia, Especialização em Administração de Empresas. MBA - Advance Executive Management Program (EsInsead, Fontainebleau, França) Master (Page) pela Universidade Católica Portuguesa e Programa Avançado de Gestão de Executivos pela Universidade Nova de Lisboa. Sócio-diretor da Ecco Ltda.

## RENATO JANNUZZI CECCHETTINI



Graduado em Engenharia Civil, pós-graduado em Gestão pela FAAP e MBA em Gestão na FAAP/Wharton. É professor das áreas de Marketing, Neuromarketing, Inteligência de Mercado, Estratégia e E-commerce tanto em Cursos de graduação como em Cursos de pós-graduação e MBA. Atuou 15 anos na área de saúde suplementar. Possui Especialização de Geração de Modelo de Negócios (BMGen) pela ESPM e também atua em iniciativas Startups e de Inovação. É diretor da BADU+COP, empresa de consultoria empresarial, das áreas de Branding, Inteligência em Mídia e Planejamento / Ativação de negócios no Brasil e Itália.

Formou-se em Administração de Marketing pela ESPM. Fez MBA com ênfase em Gestão Empresarial pela FEA-USP e pós-graduação em finanças pela FAE - Curitiba. Especialista com experiência em marketing, comunicação, vendas e gestão, adquirida como executivo na Grupo Camargo Corrêa, Moore Formulários, Placas do Paraná, GTech, Bovespa, Grupo Estado de São Paulo, entre outras. Dirige a Ynner, empresa de treinamento e consultoria. Professor de estratégia empresarial, marketing e comunicação em Cursos universitários e MBA. Practitioner em Neurolinguística, reconhecido internacionalmente pela NLP University. Executive, Career e Business Coach pela Sociedade Brasileira de Coaching licenciada pelo BCI - Behavioral Coaching Institute e reconhecido pelo ICC - International Coaching Council. É autor do livro "A Venda com Corpo, Mente e Alma" e colaborador do livro "Liderança Empresarial".

## RUBENS PIMENTEL NETO



## TADEU BRETTAS



Publicitário, com 30 anos de experiência à frente de departamentos de criação em agências de comunicação. Um dos profissionais de propaganda mais premiados do interior de São Paulo. Professor-orientador, há 15 anos, dos trabalhos de conclusão de Curso dos alunos de graduação e pós-graduação, nas áreas de Comunicação Mercadológica, nas instituições onde leciona. Formação: Graduado em Publicidade e Propaganda, pós-graduação em Gerência de Marketing e Mestrado em Administração de Empresas.

## THIAGO FERNANDES



Coordenador nacional e professor do MBA em Gestão Financeira da Inova Business School. Gerente Regional de Compliance na Yara/Galvani Joint Venture. Trabalhou na 3M do Brasil por 20 anos como Gerente de Compliance América Latina. Oito anos de experiência em auditoria operacional/financeira em todas as subsidiárias 3M na América do Sul e seis anos nos departamentos de finanças. Six Sigma Black Belt certificado em projetos de logística, administração de materiais, atendimento ao cliente, M&A e importação. Professor da ESAMC nas disciplinas da Área Financeira e de Controladoria, em Cursos de Graduação e MBA. Graduado em Administração de Empresas, com MBA Executivo Internacional em Finanças, Controladoria, Auditoria e Negócios Internacionais.

Formou-se em Gestão Mercadológica pela ESPM após estudar Química na UNICAMP. Dois MBAs: um pela USP e outro pela FGV, seguido de um Pós MBA pela FIA e uma Especialização em Gestão por Competências. Construiu sua experiência profissional em empresas como Johnson & Johnson, Unilever, Parmalat, Bauducco e Grupo Abril. Dirige a Ynner Treinamentos, empresa de treinamento e consultoria nas áreas de gestão, estratégia, vendas e marketing. Consultor de diversas empresas, tais como: Nestlé, Bayer, Bosch, Nívea, Eaton, Goodyear, Medley, Hering, Ultracargo, Chilli Beans, Mercedes, Agrocere, Anhanguera, Walmart entre outras. É professor de gestão, estratégia e marketing em Cursos universitários e de MBA. Foi fundador e Presidente do Comitê de Empreendedorismo e Membro do Conselho da AmCham. É autor do livro “A Venda com Corpo, Mente e Alma” e colaborador dos livros “Liderança Empresarial” e “Os Desafios da Liderança”.

## YURI TRAFANE



# MAIS DO QUE OLHAR PARA O FUTURO, AQUI VOCÊ APRENDE A CRIÁ-LO.

FUTURO \_  
\_ TENDÊNCIAS  
\_ INOVAÇÃO



# PARCERIAS ESTRATÉGICAS



A Inova Consulting é uma empresa global, com matriz no Brasil e presença na Europa e EUA, que atua na consultoria e treinamento de Futuro, Tendências e Inovação Estratégica para a Gestão.

Através do conhecimento de cenários, de Megatendências, Tendências Comportamentais e Tendências de Negócio, e utilizando metodologias próprias patenteadas (TrendsLator, Strategic Building Blocks, Business Insights Matrix) produzem-se insights aplicáveis aos negócios, com DNA Inovador e forte orientação ao Futuro.

A Inova Consulting possui experiência de Consultoria e Treinamento de Futuro, Tendências e Inovação Estratégica para as seguintes áreas de negócio: hotelaria, turismo, joias, tecnologia, ensino, varejo e ponto de venda, telecomunicações, ótica, banco, fitness, financeira, seguros, indústria, construção, comunicação, e-commerce, tecnologia, automóvel, bens de consumo, combustíveis e lubrificantes, saúde e bem-estar, farmacêutica, transportes, alimentação e bebidas, TV a cabo, conteúdos, mídia, entretenimento entre outras.



A Inova, através do seu parceiro estratégico em Educação internacional - a Efigie Educacional - oferece um programa de extensão no campus da Universidade da Califórnia (EUA) todos os anos.

Empresa focada na área de educação, criada para atender expectativas de desenvolvimento profissional e cultural dentro e fora do Brasil. Além de parcerias para realização de Cursos e seminários elaborados para cada segmento, ainda viabiliza suporte para IES (Instituição de Ensino Superior).



Os programas de Educação Executiva da Inova Business School foram desenvolvidos em parceria com a Universidade da Califórnia - Campus Riverside, uma das "top" universidades americanas.

O projeto de reescrever o modelo de educação executiva no Brasil impulsionou esta parceria e norteou os trabalhos de cooperação entre as duas instituições, desde o início da Inova.



Plataforma de Educação, acessível a professores, alunos e gestores por meio da Web, permitindo que diversos aplicativos e programas educacionais sejam integrados facilmente, além de estar sempre disponível para acesso de qualquer lugar. Oferece também comunicação instantânea, plataforma colaborativa e a integração de várias ferramentas externas, fazendo com que o professor e a instituição possam focar no que realmente interessa: a qualidade de ensino.



A GS1 Brasil, Associação Brasileira de Automação, é uma associação multissetorial sem fins lucrativos, que tem como propósito implementar e disseminar padrões de identificação de produtos, como código de barras, levando melhoria para as cadeias de suprimentos, colaborando, assim, para o processo de automação, desde a matéria-prima até o consumidor final.

A GS1 é o principal parceiro estratégico da unidade SPI-Paulista da Inova Business School, onde as marcas compartilham o espaço e eventos ligados à Inovação e Automação.



A TroianoBranding é reconhecidamente a mais experiente organização brasileira dedicada 100% à gestão de marcas. Além de ser a empresa pioneira no desenvolvimento e gestão de marcas, há 23 anos é detentora exclusiva no Brasil da licença para aplicação de uma inovadora metodologia desenvolvida e patenteada em HARVARD, método de neurociência não invasivo: ZMET/HARVARD. A TroianoBranding é o principal parceiro no oferecimento da pós-graduação em Branding.



Empresa europeia especialista em Neurociência Aplicada ao Consumo. Principal parceiro no Curso de pós-graduação em Neuromarketing.

A ICN Agency é um conceito de Intelligence em consumo, marcas e mercados, baseada na neurociência aplicada, que visa potencializar a relação emocional entre marcas e consumidores. Para isso, utiliza o Dopaminecision Model ICN Agency, uma metodologia de análise (psicofisiologia, oculometria, neurofisiologia com equipamentos como fMRI, EEG, SCL, fEMG, Eyetracking, ECG, entre outros) aliada a domínios como a sociologia, economia,

marketing, design ou ainda engenharia. Os fundadores criaram uma metodologia única, baseada em investigação científica e laboratorial, estudos de psicologia experimental, sociologia, antropologia, economia, gestão, marketing e comunicação, que interligam-se ao processo de análise e desenvolvimento através da participação de técnicos qualificados nestas áreas, obtendo elevado grau de rigor e validade dos dados. Essa mesma metodologia é partilhada durante o Curso de pós-graduação em Neuromarketing da Inova Business School, bem como o manuseamento das ferramentas e estudos de caso.

A man in a blue suit is shown in profile, gesturing towards a whiteboard. The whiteboard contains a diagram with a central circle and several lines radiating outwards. The background is a soft, blue-tinted gradient.

**MBA**

**EXECUTIVO**

O MBA Executivo é um programa com duração de 12 a 18 meses, e tem como objetivo desenvolver um grupo de competências sólidas e relevantes para o presente e futuro das empresas, ancorado nos pilares de Inovação e Visão de Futuro.

Estes dois grupos de competências estão presentes em todos os módulos do Curso, através da metodologia utilizada (PBL - Problem Based Learning aplicada nas principais escolas de negócios do mundo), do currículo inédito, do perfil dos professores, com vasta experiência prática e sólida formação acadêmica, e dos projetos que serão desenvolvidos ao longo e ao final do programa.

Há ainda, o moderno e inédito método de avaliação, em que os alunos, além das notas regulares, são avaliados em cada módulo através do Índice IF (I - Inovação, F - Futuro), um indicador exclusivo, criado pela Inova Business School, para fazer com que alunos e professores estejam sempre com orientação para o Futuro e para a Inovação.

## Áreas de Especialização - opções de MBAs

- TrendsInnovation
- Design Thinking
- Negócios Digitais
- Gestão de Negócios
- Startup e Novos Negócios
- Marketing
- Gestão de Pessoas e Resultados

## Diferenciais do MBA Executivo - Inova Business School

Os programas de MBA Executivo da Inova Business School se destacam pelo ineditismo caracterizado por:

- Disciplina Futuro em todos os Cursos;
- Disciplina Criatividade e Pensamento Lateral em todos os Cursos;
- Primeiro MBA no Brasil a contemplar na grade a disciplina de Life Design- Planejamento Pessoal, Financeiro e Profissional de seus alunos;
- Planos anuais (casos reais) em todas as disciplinas das áreas funcionais. Isso garante uma Visão Prática e integrada de todas as áreas de uma empresa, independentemente da Especialização escolhida;
- Tópicos avançados: Oportunidade de direcionar os temas ao perfil da turma (empresas e setores) e das demandas dos alunos;
- Projetos finais apresentados para banca de professores e profissionais de mercado.

## O QUE AS EMPRESAS GANHAM COM ALUNOS FORMADOS NA INOVA

- Um profissional com conhecimento das tendências de futuro, com visão inovadora e com as técnicas mais modernas de estímulo à criatividade e geração de inovação;
- Alguém capaz de mobilizar equipes para inovação em todas as áreas funcionais, com forte orientação para resultados;
- Um gestor moderno, com visão ganha-ganha e capaz de atrair e reter talentos, além de uma excelente visão integrada da empresa como um todo.

## COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS NOS ALUNOS

- Visão de futuro e inovação em negócios, produtos e processos;
- Visão integrada de todas as áreas funcionais da empresa;
- Capacidade de identificar, correr e gerenciar riscos;
- Capacidade de liderança e mobilização de equipes;
- Capacidade de planejamento pessoal, financeiro e profissional;
- Orientação para resultados;
- Capacidade de articular parcerias ganha-ganha;
- Ética e visão sustentável de negócios.

MÓDULO I | 296 H/AULA

## FUTURO, GESTÃO E PLANEJAMENTO DE CARREIRA

Este módulo é aberto com duas disciplinas de fundamentação em Futuro e Criatividade. Ambas irão dar o tom para o Curso e preparar o participante para uma jornada de desenvolvimento de competências nas demais disciplinas, sempre com um forte olhar para o Futuro, a Inovação e a busca de crescimento.

Em seguida, os alunos cursarão a disciplina de Economia e Cenários Macroeconômicos. Nesta, além de entender os fundamentos de macroeconomia, os alunos construirão um cenário para 5 anos, que servirá de base para as decisões que irão tomar em seus Projetos Futuros no MBA.

A partir daí, os alunos farão uma imersão nas quatro áreas funcionais (Marketing, Operações, Gestão de Pessoas e Finanças), seus subsistemas e as ferramentas de tomada de decisão em cada uma delas. Em todas estas disciplinas, os alunos desenvolverão um Projeto (Plano anual) em uma empresa real, escolhida pelos alunos.

Na sequência, a disciplina Gestão Estratégica de Negócios irá trabalhar a Visão Integrada de Longo Prazo, as Estratégias de Crescimento e alternativas de Parcerias e Alianças Estratégicas.

Na última disciplina do Módulo I, os alunos farão uma Imersão em suas Carreiras, Competências e Finanças Pessoais. Com uma Visão Prática, Profunda e Atual, nesta disciplina os alunos desenvolverão seu Planejamento Pessoal, Financeiro e Profissional. Tal equilíbrio nestas três dimensões da vida é fundamental para que um executivo ou empresário tenha autoconhecimento, maturidade e equilíbrio para liderar equipes e projetos.

MÓDULO I DISCIPLINAS	H/A
Futuro	20
Criatividade e Pensamento Lateral	20
Economia e Cenários Macroeconômicos	32
Marketing e Vendas	40
Finanças	40
Operações Empresariais	40
Gestão de Pessoas	40
Gestão Estratégica de Negócios	24
Life Design - Visão e Planejamento Pessoal, Financeiro e Profissional	40
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>

### FUTURO

Visão futura do mundo e da sociedade. A perspectiva global de evolução 1050-2050 na inovação, sociedade, pessoas, tecnologias e mercados. As Macrotendências mundiais e o Trendblend - modelo de previsão dos movimentos futuros em larga escala.

### CRIATIVIDADE E PENSAMENTO LATERAL

Fantasia, Imaginação e Invenção - os pilares da geração de ideias. Cultura Criativa e Rotinas Criativas. Métodos de Criação - pensamento lateral, retrato chinês, projeção imagética e brainstorm. Processo de Design Thinking - Empatia, (Re) Definição, Ideação, Prototipagem e Teste. Aplicação prática.

### ECONOMIA E CENÁRIOS MACROECONÔMICOS

Conceitos e fundamentos de macro economia. Construção de um cenário para os próximos 5 anos do Brasil e do mundo.

### MARKETING E VENDAS

Inteligência competitiva. Pesquisa de mercado. Gestão de produtos e marcas. Estratégias de formação e adequação de preço. Gestão de vendas e Distribuição. Comunicação integrada - on line e off line. Plano anual de Marketing (Caso real).

### FINANÇAS

Matemática financeira. Captação, aplicação e controle de recursos financeiros. Contabilidade gerencial. Gestão financeira. Planejamento tributário. Plano financeiro anual (Caso real).

### OPERAÇÕES EMPRESARIAIS

Produtividade. Compras. Logística de matérias-primas. Produção. Gestão da qualidade. Processos. Logística de produtos acabados. Tecnologia da informação. Parcerias com clientes e fornecedores. Plano anual de operações (Caso real).

### GESTÃO DE PESSOAS

Comportamento e cultura organizacional. Organogramas empresariais. Contratação. Treinamento e desenvolvimento de competências. Remuneração. Motivação e meritocracia. Demissão. Gestão de crises. Plano anual de recursos humanos (Caso real).

### GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS

Planejamento estratégico passo a passo. Análise setorial. Estratégias de crescimento empresarial. Parceiras e alianças estratégicas.

### LIFE DESIGN - PLANEJAMENTO PESSOAL, FINANCEIRO E PROFISSIONAL

Autoconhecimento: ferramentas e impactos na carreira. Planejamento pessoal: saúde, família, vida social e espiritual. Planejamento financeiro: controle de patrimônio, gastos e receitas. Elaboração do plano financeiro pessoal. Planejamento profissional: Mapa de competências do profissional do futuro. Desenvolvimento de competências. Elaboração do plano individual de carreira.

MÓDULO II | 124 H/AULA

## TÓPICOS AVANÇADOS, SEMINÁRIOS E PROJETO

Neste módulo os alunos se agrupam por Especialização, de acordo com os seus interesses de carreira. Nele, o coordenador do módulo irá conduzir três grupos de atividades:

### TÓPICOS AVANÇADOS 20 H/AULA

Temas emergentes ou de aprofundamento na área de acordo com o perfil da turma e interesse dos alunos. De acordo com uma avaliação de competências e interesses da turma, o professor irá montar uma agenda de aulas focadas em tópicos demandados pelos alunos.

### SEMINÁRIOS 16 H/AULA

Com o objetivo de desenvolver a competência de autoaprendizado e solução de problemas, usada nas mais renomadas escolas de negócios do mundo, os alunos desenvolverão e apresentarão seminários sobre temas ligados à Especialização. Aqui, aluno vira professor e irá conhecer e praticar as mais modernas técnicas de apresentação – o chamado Public Speaking.

### PROJETO 88 H/AULA

Orientação dos Projetos finais do MBA. Planos reais, em empresas reais e apresentados para uma banca de professores.

Para mais informações: investimento, data de início do programa e inscrições, fale diretamente com a unidade **Inova Business School** de seu interesse.



**PÓS-  
MBA**

O Pós-MBA Inova é um programa prático e aplicado, voltado para gerar resultados rápidos de atualização em gestão de negócios. Através de uma metodologia inédita, os alunos irão criar diferenciais evidentes no seu roll de competências, preparando-se para assumir ou consolidar-se em posições de liderança e gestão de pessoas e áreas. Este programa foi elaborado para receber executivos, empresários e profissionais liberais que tenham, no mínimo, sete anos de carreira, sendo três em cargos de gestão, e já tenham cursado pelo menos um Curso de MBA Executivo.

## OBJETIVOS DO PÓS-MBA INOVA:

1. Atualizar e apresentar as tendências nos fundamentos de gestão;
2. Preparar os alunos para os desafios do futuro - temas emergentes;
3. Desenvolver uma cultura geral e uma visão humanística das relações profissionais;
4. Aprofundar os conhecimentos na sua área de atuação - Mentoring individual;
5. Elaborar e discutir o planejamento de carreira - Coaching individual.

Os objetivos 4 e 5 acima serão alcançados através de sessões individuais de Coaching e Mentoring. Individualmente e de forma totalmente personalizada, o aluno terá um espaço somente seu para desenvolver todas as competências necessárias para atingir seus objetivos de carreira no curto prazo.

## ÁREAS DE ESPECIALIZAÇÃO - OPÇÕES DE PÓS-MBA

- TrendsInnovation
- Design Thinking
- Negócios Digitais
- Procurement - Gestão de compras
- Empreendedorismo - Criação e Desenvolvimento de Negócios
- Negócios Internacionais
- Marketing
- Vendas
- Comunicação
- Finanças
- Logística
- Gestão de Pessoas
- Gestão da Produção
- Gestão de Qualidade
- Gestão de Projetos

## DIFERENCIAIS

- Sessões individuais de Mentoring e Coaching, onde o participante poderá trabalhar suas demandas individuais de conhecimentos técnicos e planejamento de carreira;
- Módulos de forte ampliação de repertório e desenvolvimento de visão geral e humanística, fundamentais para o seu desenvolvimento como líder;
- Ambiente propício e incentivador para o Networking entre profissionais de alta e média gerência.

## ESTRUTURA DO CURSO

MÓDULO I	72 h/a
<b>Cultura e temas emergentes</b>	
Prospectiva e Foresight	8
Criatividade e Pensamento Lateral	12
Design Thinking	12
Storytelling	8
Cultura, Repertório e Humanidades	12
Life Design - Visão e Planejamento Pessoal, Financeiro e Profissional	20
<b>MÓDULO II</b>	<b>64 h/a</b>
<b>Atualização e tendências nos fundamentos de gestão</b>	
Cenários Macroeconômicos	8
Marketing e Vendas	12
Gestão de Pessoas	12
Gestão de Operações	12
Gestão Financeira	12
Gestão Estratégica de Negócios	8
<b>MÓDULO III</b>	<b>12 h/a</b>
<b>Coaching &amp; Mentoring</b>	
Sessões individuais de Mentoring - Área escolhida	6
Sessões individuais de Coaching de Carreira	6
<b>TOTAL</b>	<b>148 h/a</b>

## MÓDULO I

# CULTURA E TEMAS EMERGENTES

### PROSPECTIVA E FORESIGHT

Metodologias de mapeamento do futuro – Prospectiva e Foresight. As 5 MegaTendências e as Timelines 2020-2050: seus impactos nos negócios, mercados e empresas.

### CRIATIVIDADE E PENSAMENTO LATERAL

Processo criativo – fantasia, imaginação, descoberta – os pilares da geração de ideias; Métodos de produção criativa – brainstorming, projeção imagética, retrato chinês, pensamento lateral; Pensamento disruptivo; Estímulo de ideias.

### DESIGN THINKING

Entendimento do design como ferramenta de trabalho; Um novo olhar. Design Thinking como ferramenta de gestão e de inovação estratégica nas empresas modernas; Metodologia Design Thinking: Empatia; (re) Definição; Ideação, Protótipo; Teste; Aplicação prática Action Lab.

### STORYTELLING

O que faz uma história. A arquitetura de uma boa história. Por que algumas histórias fazem sucesso e outras não. Como criar uma história. Como

criar uma história que conecte emocionalmente marcas a pessoas. Cases de sucesso. Aplicação prática: Você criando uma história.

### CULTURA, REPERTÓRIO E HUMANIDADES

As aplicações da psicologia, da filosofia, da antropologia e da cultura na formação de um profissional mais completo e pessoalmente mais equilibrado. Como trabalhar de forma efetiva a essência das relações humanas em ambientes altamente dinâmicos e competitivos.

### LIFE DESIGN - VISÃO E PLANEJAMENTO PESSOAL, FINANCEIRO E PROFISSIONAL

Autobiografia e autoanálise de competências. Planejamento pessoal (saúde, família, vida social e espiritual). Planejamento financeiro (controle de patrimônio, gastos e receitas. Plano financeiro pessoal para 20 anos). Planejamento profissional (Perfis de empresas e negócios, cargos, status, salários, responsabilidades e competências requeridas. Planejamento profissional para 5 anos). Os avanços da neurociência e as novas descobertas sobre hábitos e competências.

## MÓDULO II

# ATUALIZAÇÃO E TENDÊNCIAS NOS FUNDAMENTOS DE GESTÃO

Nestas sessões, os alunos irão revisar os principais fundamentos e tendências das ferramentas de gestão de empresas: Macroeconomia, Marketing e Vendas, Gestão de pessoas, Gestão de operações, Gestão financeira e Estratégias empresariais.

## MÓDULO III

# COACHING & MENTORING INDIVIDUAL

### MENTORING INDIVIDUAL

6 sessões individuais com um professor especialista na área escolhida, onde o aluno terá praticamente “aula particular” sobre os temas de seu interesse e atuação.

### COACHING INDIVIDUAL

6 sessões individuais, onde o aluno irá receber as orientações e acompanhamento do seu Planejamento pessoal, financeiro e profissional, cujas ferramentas já foram apresentadas no módulo I.

Para mais informações: investimento, data de início do programa e inscrições, fale diretamente com a unidade **Inova Business School** de seu interesse.



# MASTER



O Master é um Curso livre com foco na Prática Profissional, de curta duração, realizado em 5 sessões com 20 horas/aula. Os temas abordados são emergentes e contemplam assuntos que estão em pauta nas agendas de profissionais de mercado. São Cursos compactos, direcionados à imersão e à aplicação dos temas propostos.

## CURSOS

- Tendências, Coolhunting e Gestão da Inovação
- Design Thinking
- Design Sprint
- O Futuro do Trabalho nas Organizações
- Liderança de si com Técnicas de Mindfulness
- Inovação Disruptiva
- O vendedor do Futuro
- Gestão de Equipes e Resultados

- Tendências em Marketing na Era Digital
- Canvas como Ferramenta Estratégica
- Criatividade e Pensamento Lateral
- Métricas em Marketing e Comunicação
- Storytelling

## DIFERENCIAIS

- Imersão em temas atuais e práticos
- Programas de curta duração com enfoque prático
- Ministradores com experiência mercadológica, atuando em mercados competitivos
- Networking entre profissionais de áreas distintas

Para mais informações: investimento, data de início do programa e inscrições, fale diretamente com a unidade **Inova Business School** de seu interesse.

A photograph of two young women shopping. The woman on the left is wearing a red top and pointing her finger towards the left. The woman on the right is wearing a pink top and holding a black and white checkered shopping bag. The background is a blurred indoor setting, possibly a store or mall. The image has a blue tint overlay.

# PÓS-GRADUAÇÃO EM NEUROMARKETING



A pós-graduação “Neuromarketing – Neurociência do Consumo” persegue como objetivo a capacitação de uma nova geração de profissionais do consumo e das áreas adjacentes que possuam competências e capacidades para trabalhar os diversos componentes que pertencem à esfera do consumo (comunicação e publicidade, marcas, embalagens, logotipos, espaços de consumo, websites, produtos e serviços, vendas, entre outros). Através de uma base

## DIFERENCIAIS

- Curso pioneiro de pós-graduação no Brasil com Foco em Neuromarketing;
- Aulas com professores convidados da Europa;
- Módulos concentrados, uma vez ao mês.

científica, capaz de perceber o consumidor (o elo central de enredo envolvido no consumo) na sua plenitude, pesquisando as origens do seu comportamento, das suas ações, pensamentos, reações, atitudes, decisões, necessidades e desejos, ou seja, o cérebro e o corpo humano.

Este programa pioneiro no Brasil é fruto da parceria entre a Inova Business School e a europeia ICN Agency, que atua em projetos de pesquisa e consultoria em todo o mundo com base em estudos da neurociência e suas influências nos comportamentos de consumo.

## ESTRUTURA DO CURSO

O programa de pós-graduação em Neuromarketing é composto por módulos realizados em encontros mensais e um projeto final de pesquisa, cujo objetivo é o desenvolvimento de um projeto real, lançando mão dos conceitos desenvolvidos em sala de aula.

### DISCIPLINAS

Introdução às Neurociências Aplicadas ao Consumo	20 h/a
Neurociências Aplicadas ao Consumo   Estimulação Sensorial	20 h/a
Investigação em Neurociência Aplicada ao Consumo   Paradigmas e Equipamentos de Investigação	20 h/a
Emoção, Cognição e Teoria da Mente	20 h/a
A Neurociência na Criatividade, Inovação e Tendências	20 h/a
Neurociências Aplicadas Marketing Mix	20 h/a
Neurociências na Gestão Estratégica	20 h/a
Neurociências no Processo de Tomada de Decisão no Consumo	20 h/a
Neurociências Aplicadas ao Design, Arquitetura e ao Território	20 h/a
Neurociências na Comunicação, Design e Publicidade	20 h/a
Projeto de Pesquisa	150 h/a
Trabalho Prático Orientado	10 h/a
Atividades via E-Learning	40 h/a

Para mais informações: investimento, data de início do programa e inscrições, fale diretamente com a unidade **Inova Business School** de seu interesse.



# PÓS-GRADUAÇÃO EM BRANDING



Troiano  
Branding 

Carga  
horária total:  
**365**  
horas/aula

A pós-graduação em Branding é oferecida em parceria com a TroianoBranding, que é reconhecidamente a mais experiente organização brasileira dedicada 100% à gestão de Marcas.

O Curso tem como objetivo oferecer uma profunda imersão nos mais atuais conceitos e ferramentas de Branding, capacitando o aluno a melhorar sua performance em gestão de marcas. E assim, desenvolver estratégias de comunicação e implantação de ideias para inseri-lo em contextos que demandam profissionais com autonomia, criatividade e potencial para tomadas de decisão.

## DISCIPLINAS DO CURSO

### Módulo 1

Branding: do marketing à gestão de negócios.

### Módulo 2

Pesquisa e o desenvolvimento de marcas fortes

### Módulo 3

Futuro e tendências

### Módulo 4

Insights gerados através da experiência com a marca

### Módulo 5

Identidade, posicionamento e imagem de marca

### Módulo 6

Arquitetura de marca

### Módulo 7

Os sinais da marca

### Módulo 8

A comunicação da marca

### Módulo 9

Marcas e o universo digital

### Módulo 10

Marcas nas plataformas de inovação

### Módulo 11

Propósito de marca

### Módulo 12

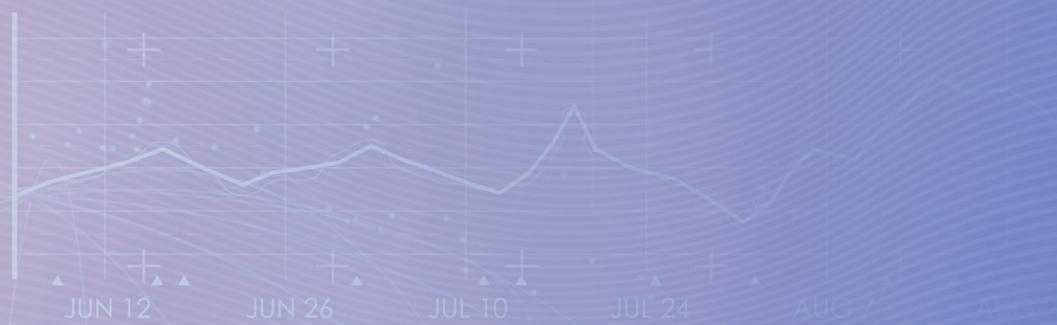
Valor econômico da marca

### Módulo 13

Marcas corporativas

# TRENDING GRAPH

complex 7-1-981v



# PÓS-GRADUAÇÃO EM NEOMARKETING

LOGBOOK  
LAST RECORDS

FILE\_VIDEO\_121112

complex 7-1-981v

## “ESTRATÉGIAS E FERRAMENTAS PARA O MARKETING 2020-2030”

A pós-graduação em NeoMarketing da **Inova Business School** oferece uma abordagem estratégica, integrada e organizada do marketing pós-internet e suas novas ferramentas.

### OBJETIVOS DA PÓS-GRADUAÇÃO EM NEOMARKETING

1. Atualizar os conceitos clássicos e apresentar as tendências na gestão de marketing;
2. Preparar os alunos para os desafios do presente e do futuro em marketing;
3. Oferecer ferramentas práticas para que os participantes possam gerar resultados efetivos em marketing;
4. Desenvolver as competências necessárias para que os participantes construam uma carreira bem-sucedida na área de marketing.

### MÓDULO I

## MARKETING: ESSÊNCIA E FUTURO

Nesse módulo os alunos irão se atualizar sobre os conceitos essenciais do marketing, entenderão as mudanças que marcaram a área na última década e construirão uma visão clara das possibilidades de futuro a partir da discussão de temas emergentes que farão a diferença em termos de competências e conhecimentos.

### MÓDULO II

## ANÁLISE: ENTENDENDO O CONSUMIDOR CONTEMPORÂNEO

Aqui os alunos aprenderão a usar as novas ferramentas disponíveis para entender o novo consumidor e os ambientes transacional e contextual que o cercam, detectando oportunidades para seus negócios e suas carreiras.

### MÓDULO III

## ADAPTAÇÃO: CONSTRUINDO VALOR PARA UM CLIENTE EXIGENTE

Esse módulo está focado em preparar o aluno para desenvolver soluções inovadoras e relevantes para um mercado cada vez mais exigente e competitivo, além de capacitar o participante para transformar tais soluções em propostas de valor com potencial real de geração de resultados.

### MÓDULO IV

## ATIVAÇÃO: USANDO AS NOVAS FERRAMENTAS DE APROXIMAÇÃO COM O MERCADO

Aqui a proposta é garantir que o aluno entenda os principais novos conceitos que sustentam o mundo da comunicação, garantindo que ele saiba usar as ferramentas do mundo digital em harmonia com as atividades clássicas do marketing para gerar *awareness*, compreensão e afinidade emocional com os clientes e consumidores, rumo à ação de compra efetiva.

### MÓDULO V

## AVALIAÇÃO: ENTENDENDO O SUCESSO E O FRACASSO EM MARKETING

Nesse módulo os alunos aprenderão como verificar se as estratégias adotadas e suas decorrentes ações estão trazendo os resultados esperados, capacitando-os para redirecionar ou ajustar planos estabelecidos. Isso acontecerá tanto com a aquisição de novos conceitos quanto com a análise minuciosa de casos de sucesso e fracasso contemporâneos.

### MÓDULO VI

## DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

A partir desse módulo, os alunos entenderão quais são as competências fundamentais para o estabelecimento de uma carreira bem-sucedida na área de marketing e receberão orientações práticas de como desenvolvê-las de forma prática e efetiva.

### MÓDULO VII

## PROJETO FINAL

Nesse momento, os alunos, sob a orientação de um professor da área, irão colocar em prática todo o aprendizado em um plano de marketing para uma empresa existente ou para uma nova organização. Será a oportunidade de colocar todo o conhecimento adquirido em ação para beneficiar a empresa onde o aluno trabalha ou para dar os primeiros passos rumo a uma experiência empreendedora que o participante deseja concretizar.

## ESTRUTURA DO CURSO

Carga horária total:

**412**

horas/aula

### MÓDULO I Marketing: Essência e Futuro 64 h/a

Futuro	12
Criatividade e Pensamento Lateral	12
Conceitos Essenciais de Marketing e Vendas	20
Marketing do Futuro	20

### MÓDULO II Análise: Entendendo o Consumidor Contemporâneo 44 h/a

Ferramentas de Pesquisa de Mercado Contemporâneas	8
Análise de Mercado com o Big Data	8
<i>Cool Hunting</i> como Forma de Detecção de Oportunidades	8
<i>Neuromarketing</i> e o Comportamento do Consumidor Contemporâneo	12
Planejamento de Modelos de Negócios via Canvas BMG e VPD	8

### MÓDULO III Adaptação: Construindo Valor para um Cliente Exigente 36 h/a

<i>Design Thinking</i> para o desenvolvimento de produtos	8
Inovação e Diferenciação na Era da Hipercompetitividade	12
<i>Lean Entrepreneurship</i> Aplicado ao Marketing	8
Estratégias Alternativas de Precificação e Precificação no Mundo Digital	8

### MÓDULO VI Ativação: Usando as Novas Ferramentas de Aproximação com o Mercado 120 h/a

Marketing Digital e Comunicação na Era Pós-Internet	12
Google Marketing	16
Marketing Social (Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube e outras redes sociais)	32
Mobile Marketing e Aplicativos como Ferramentas de Marketing	16
Marketing de Conteúdo e <i>Storytelling</i> Aplicado ao Marketing	16
Gamificação Aplicada ao Marketing	8
Marca e Reputação na Era do <i>Compliance</i>	8
<i>E-Commerce</i>	12

### MÓDULO V Avaliação: Entendendo o Sucesso e o Fracasso em Marketing 20 h/a

Ferramentas de Monitoramento de Mercado via Internet	8
Casos de Sucesso e Fracasso no Marketing Contemporâneo	12

### MÓDULO VI Desenvolvimento Profissional 44 h/a

Desenvolvimento de Competências para a Carreira em Marketing	12
<i>Life Design</i> - Planejamento Pessoal, Financeiro e Profissional	32

### MÓDULO VII Projeto Final 84 h/a

Projeto Final (orientação)	24
Projeto Final (desenvolvimento)	60

**TOTAL 412 h/a**

#### Pós-graduação em NeoMarketing

“Marketing para um mundo Volátil, Incerto, Complexo e Ambíguo”

A night-time photograph of the Fontana dei Quattro Fiumi in Rome, Italy. The fountain is illuminated with warm lights, and the water is flowing. In the background, the illuminated facade of the Palazzo di Venezia and the Obelisco di Piazza Venezia are visible against a dark blue sky.

PROGRAMA  
INTERNACIONAL

# INOVA EXPERIENCE



INOVA EXPERIENCE  
**ONDE? ITÁLIA**

## OBJETIVOS DO CURSO

Este programa tem como objetivo desenvolver, através de uma forte experiência vivencial, as competências listadas abaixo. A Itália, berço da civilização, será o palco desta jornada, que envolverá Arte, Cultura, Design, Gastronomia, Liderança e Gestão de Pessoas.

## COMPETÊNCIAS A SEREM TRABALHADAS NO PROGRAMA

- Liderança e Gestão de pessoas
- Cultura geral e repertório
- Análise crítica do mundo atual
- Senso estético e o papel do Design na diferenciação de produtos e marcas

Dia da semana	Tema	Cidade
Sábado	Livre	Roma
Domingo	História	Pompéia
Segunda-feira	Estratégia	Roma
Terça-feira	Gourmet e Vinho	San Casciano
Quarta-feira	Integração	San Gimignano
Quinta-feira	Arte	Florença
Sexta-feira	Design	Maranello
Sábado	Livre	Milão

Para mais informações: investimento, data de início do programa e inscrições, fale diretamente com a unidade **Inova Business School** de seu interesse.



PROGRAMA  
INTERNACIONAL

# EMPREENDE- DORISMO NO VALE DO SILÍCIO

ONDE?

**ESTADOS UNIDOS,  
CALIFÓRNIA.**

## OBJETIVOS DO CURSO

Este programa tem como objetivo apresentar o Vale do Silício que é hoje um dos principais berços de startups de tecnologia e inovação do mundo. Por meio de visitas técnicas a empresas nascidas e instaladas nesta região, os participantes poderão vivenciar esse universo inovador e inspirador.

Além das visitas, o programa possui Seminários que serão realizados na Universidade da Califórnia.

## EXEMPLOS DE EMPRESAS A SEREM VISITADAS

- Twitter
- Salesforce
- Plug and Play Tech Accelerator
- HP
- LinkedIn
- Google

Para mais informações: investimento, data de início do programa e inscrições, fale diretamente com a unidade **Inova Business School** de seu interesse.





**IN  
COMPANY**



A Inova Consulting, divisão de consultoria da Inova Business School, oferece, além de programas 100% customizados, dois programas que envolvem treinamento e consultoria:

### **INOVA LAB**

Um programa de transformação e desenvolvimento de uma cultura de inovação para a empresa, com pilares de mapeamento de futuro para o negócio, desenvolvimento de competências de inovação nos colaboradores e implantação de processo de inovação.

### **STRATEGIC BUILDING BLOCKS (SBB®)**

Planejamento estratégico empresarial tendo tendências e inovação como lastros. Com metodologia própria, a Inova Consulting coordena o processo de elaboração de planejamento estratégico de médio e longo prazos.

