

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

FUTURECLASS DE VIAGEM AO(S) FUTURO(S) DO MARKETING

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
26/09/2024	9h/13h 14h/18h	8 horas	Lisboa

OBJETIVO GERAL:

Compreender as mudanças na sociedade, no consumidor e nas empresas, antecipando o que serão os novos territórios das marcas e desígnios do marketing

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Antecipar o novo marketing mindset que deve nortear a atuação das empresas;
 - ✓ Compreender os novos papéis do marketing;
 - ✓ Construir uma visão partilhada de futuros, inovação partilhada e/ou de impacto de tendências;
 - ✓ Antecipar estratégias de resposta e construção de valor;
 - ✓ Explorar as competências necessárias para os departamentos e profissionais de marketing.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Conceito Futureland e as (inevitáveis) mudanças de realidade e o novo espaço axiológico	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A falibilidade do determinismo das previsões e tendências usuais; ➤ O conceito Futureland ➤ A importância de “treinar para o futuro”.
Novo pensamento estratégico em marketing e a renovação do processo de criação de valor	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pessoas e propósito; ➤ O papel das empresas e do marketing na sociedade; ➤ Marketing empático; ➤ Gestão de expectativas; ➤ Novos elementos do retalho.
Novas ferramentas e tecnologias em marketing	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Martech e automação de marketing; ➤ Inteligência humana e inteligência artificial; ➤ A necessidade de tecnologia humana e <i>personalized human customer experiences</i>; ➤ Arquitetura de marketing.
Novas formas de gestão da marca e da comunicação	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Paradigma H2H – human to human; ➤ Novos touchpoints e interfaces (voz, metaverso e realidade aumentada); ➤ Novos esquemas de brand ownership e brand engagement; ➤ Content overflow e descentralização da gestão de marcas.

<p>Novos modelos de organização e prospetiva em marketing</p>	<p>1h</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Novos enquadramentos organizacionais; ➤ Empreendedorismo em marketing; ➤ Pensamento e metodologias ágeis em marketing; ➤ Prática de escuta ativa e principais metodologias – o <i>market sensing</i>; ➤ Ética em marketing.
<p>As competências do profissional de marketing dos(s) futuro(s)</p>	<p>1h</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O desenvolvimento de competências como fator de mudança; ➤ Mix and match de competências do profissional de marketing nas áreas de marketing mindset, tecnologia, analytics e data driven marketing, research & foresight e de desenvolvimento operacional e organizacional.
<p>Exercício de prospetiva</p>	<p>2h</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Construção de principal (ais) futuro(s) possível(is) para um setor de atividade; ➤ Perfil de competências a desenvolver; ➤ Construção de visão partilhada.

PREÇO ASSOCIADO: 160€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 210€+IVA

FORMADOR: Nuno Teixeira

É licenciado em Organização e Gestão de Empresas, mestre em Marketing e pós-graduado em Gestão de Marcas pelo ISCTE-IUL, tem formação executiva pelo MIT/Sloan em Inteligência Artificial.

Fundador da Data Tailors, consultora especialista em marketing intelligence, foi também investigador sénior do Marketing FutureCast Lab e consultor de várias organizações. Atualmente é Professor Assistente convidado no ISCTE-IUL e nos programas do INDEG-ISCTE, lecionando nas áreas de Novas Tendências de Marketing, Estudos de Mercado e Comportamento do Consumidor