MBA

MBA em Marketing, Branding e Performance

Formação para profissionais que querem unir estratégia, marca, growth digital e dados, do comportamento do consumidor à aplicação de inteligência artificial em campanhas, com a Toolbox de ferramentas práticas de Inteligência Artificial incluída.

4
módulos progressivos

16
disciplinas

4
eixos temáticos

Toolbox
benefício incluído

Visão geral do programa

O MBA constrói uma visão completa do marketing contemporâneo: parte dos fundamentos de estratégia e do comportamento do consumidor, avança para a gestão de marcas e da experiência do cliente, aprofunda o marketing digital, de conteúdo e a estratégia de lançamentos, e culmina na análise de dados e na liderança.

São quatro módulos progressivos com dezesseis disciplinas, conduzidos por um corpo docente de especialistas, doutores e PhDs do mercado. A inteligência artificial atravessa o percurso da pesquisa à automação de campanhas. Apoiada pelo benefício Toolbox, catálogo vivo de ferramentas práticas de Inteligência Artificial.

A JORNADA EM QUATRO MÓDULOS

MÓDULO 01

Fundamentos de Estratégia e Comportamento do Consumidor

Compreender o mercado

MÓDULO 02

Gestão de Marcas e Experiência do Cliente

Construir marca e relação

MÓDULO 03

Marketing Digital, Conteúdo, Lançamentos e Social

Crescer no digital

MÓDULO 04

Análise de Dados e Liderança

Decidir e liderar

BENEFÍCIO · TOOLBOX

Toolbox — catálogo vivo de tutoriais práticos de ferramentas de IA, curado pelos docentes da Exame + Saint Paul e atualizado continuamente, à disposição dos estudantes ao longo do curso.

Quatro módulos, dezesseis disciplinas

O programa avança do entendimento do mercado à liderança orientada por dados. As etiquetas coloridas indicam o eixo temático predominante de cada disciplina.

ESTRATÉGIA & NEGÓCIOS · MARCA & EXPERIÊNCIA · DIGITAL, CONTEÚDO & GROWTH · PESQUISA, DADOS & CONSUMIDOR

MÓDULO 01 · COMPREENDER O MERCADO

Fundamentos de Estratégia e Comportamento do Consumidor

01	Estratégia e gestão de Marketing	
02	Pesquisa de Marketing	
03	Estratégia de Negócios	
04	Cultura do consumo e economia circular	

MÓDULO 02 · CONSTRUIR MARCA E RELAÇÃO

Gestão de Marcas e Experiência do Cliente

05	Branding Estratégico	
06	Gestão da experiência do Cliente	
07	Experiências de produtos digitais	
08	Inovação e novos modelos de negócio	

MÓDULO 03 · CRESCER NO DIGITAL

Marketing Digital, Conteúdo, Lançamentos e Social

09	Marketing digital e Growth	
10	Estratégia de Lançamento e Campanhas	
11	Marketing de conteúdo e social media	
12	IA para estratégias de marketing	

MÓDULO 04 · DECIDIR E LIDERAR

Análise de Dados e Liderança

13	Fundamentos da análise de dados	
14	Vieses cognitivos e Neuromarketing	
15	Análise Qualitativa de dados	
16	Liderança	

MÓDULO 01 · 4 DISCIPLINAS

Fundamentos de Estratégia e Comportamento do Consumidor

"Compreender o mercado"

01 Estratégia e gestão de Marketing

Hugo Santos · Pós-graduação

ESTRATÉGIA & NEGÓCIOS

Construir uma visão completa do papel do marketing nas organizações, dos princípios fundamentais às novas dinâmicas do mercado digital, para estruturar e gerir a função com clareza estratégica.

Unidades: Princípios do Marketing · Marketing organizacional · O novo Marketing

02 Pesquisa de Marketing

Hanna Arruda · Doutora

PESQUISA, DADOS & CONSUMIDOR

Definir problemas, escolher metodologias e coletar dados com rigor ético, transformando informação em insumo real para posicionamento, desenvolvimento de produtos e campanhas.

Unidades: O papel da pesquisa nas organizações · Métodos e técnicas de coleta de dados · Aplicação e impacto da pesquisa

03 Estratégia de Negócios

André Nery · Pós-graduação

ESTRATÉGIA & NEGÓCIOS

Trabalhar o planejamento estratégico com base em modelos de negócio digitais, análise de mercado e ciclo de vida de produtos, alinhando objetivos organizacionais à realidade competitiva.

Unidades: Formulação da estratégia · Premissas para estratégias de sucesso · Análise do ambiente interno e externo · Gestão de projetos e adaptação ao mercado

04 Cultura do consumo e economia circular

Flávio Ribeiro · Doutor

ESTRATÉGIA & NEGÓCIOS

Analisar a relação entre padrões de consumo, escassez de recursos e geração de resíduos, e como a economia circular abre caminhos concretos para modelos de negócio mais responsáveis.

Unidades: Desafios do consumo: escassez e resíduos · A jornada para a circularidade · Case de sucesso: remanufatura na Caterpillar

MÓDULO 02 · 4 DISCIPLINAS

Gestão de Marcas e Experiência do Cliente

"Construir marca e relação"

05 Branding Estratégico

Francisco Ilson Saraiva Jr. · PhD

MARCA & EXPERIÊNCIA

Estudar os fundamentos de marca, os modelos de gestão de portfólio e as estratégias de posicionamento no ambiente digital, para decisões de branding consistentes e de longo prazo.

Unidades: Fundamentos de Marca · Estratégia e gestão de Marcas · Branding na era digital

06 Gestão da experiência do Cliente

Marina Pechlivanis · Pós-graduação

MARCA & EXPERIÊNCIA

Mapear e gerir os pontos de contato com a marca, alinhar expectativas e construir relações que geram lealdade, com casos práticos e a perspectiva de quem opera CX em escala real.

Unidades: CX: o que é, onde começa e quando termina · Expectativa e intenções · Os limites da excelência · Entrevista com Raul Matos (Biscoitê)

07 Experiências de produtos digitais

Bernard de Luna · Pós-graduação

MARCA & EXPERIÊNCIA

Entender como a IA está mudando o design e a entrega de produtos e como gerir o ciclo de vida de um produto digital, da concepção às tendências que moldam o seu futuro.

Unidades: Fundamentos de IA em produtos digitais · Desenvolvimento e design de produtos · Lançamento, ciclo de vida e tendências futuras

08 Inovação e novos modelos de negócio

Maria Cecília Jucá · Mestre

ESTRATÉGIA & NEGÓCIOS

Estruturar processos de inovação nas organizações: design thinking, design de experimentação e gestão de portfólio, conectando cultura, ecossistemas e empreendedorismo até o mercado.

Unidades: Cultura e estratégia de inovação · Inovação aberta e ecossistemas · Design de experimentação

MÓDULO 03 · 4 DISCIPLINAS

Marketing Digital, Conteúdo, Lançamentos e Social

"Crescer no digital"

09 Marketing digital e Growth

Eleonora Diniz · Doutora

DIGITAL, CONTEÚDO & GROWTH

Dominar o funil de conversão e o comportamento do usuário em cada etapa: das estratégias de tráfego ao growth marketing que conecta aquisição, ativação e retenção, com decisões orientadas por dados.

Unidades: Marketing digital e funil de conversão · Geração de tráfego e marketing de conteúdo · Growth marketing e boas práticas

10 Estratégia de Lançamento e Campanhas

Leo Cirino · Pós-graduação

DIGITAL, CONTEÚDO & GROWTH

Estruturar campanhas de marketing do início ao fim, com atenção ao papel da IA na gestão de campanhas e às métricas que orientam otimizações em tempo real, da visão do produto à avaliação de resultados.

Unidades: Visão geral de produtos digitais e campanhas · O que muda na gestão de marketing com IA · Planejamento, implementação, avaliação e otimização

11 Marketing de conteúdo e social media

Lilian Carvalho · Doutora

DIGITAL, CONTEÚDO & GROWTH

Planejar estratégias de conteúdo, escolher formatos e canais com critério e usar ferramentas de otimização para ampliar alcance e relevância, criando uma cadência que entrega valor à audiência.

Unidades: Fundamentos e planejamento da criação de conteúdo · Metodologias, formatos e canais · Ferramentas de otimização de criação

12 Inteligência Artificial para estratégias de marketing

Adalberto Silvestre · Mestre

DIGITAL, CONTEÚDO & GROWTH

Aplicar modelos preditivos, ferramentas de automação e análise de dados para tornar as estratégias de marketing mais precisas e escaláveis, integrando a IA ao planejamento com foco em resultado.

Unidades: IA em iniciativas de marketing · O poder das análises preditivas na estratégia · IA e automação de marketing

MÓDULO 04 · 4 DISCIPLINAS

Análise de Dados e Liderança

"Decidir e liderar"

13 Fundamentos da análise de dados

Gabriel Dornella · Pós-graduação

PESQUISA, DADOS & CONSUMIDOR

Distinguir dado, informação e conhecimento e aplicar coleta, processamento e análise exploratória com responsabilidade ética, cobrindo visualização, modelos de IA e o framework CRISP-DM.

Unidades: Fundamentos de dados · Coleta e processamento de dados · Algoritmos de IA e análise de dados

14 Vieses cognitivos e Neuromarketing

Lilian Carvalho · Doutora

PESQUISA, DADOS & CONSUMIDOR

Estudar os mecanismos cognitivos e emocionais que influenciam o consumo, com base nos fundamentos do neuromarketing — suas ferramentas, aplicações práticas e os limites éticos de uso.

Unidades: Vieses cognitivos e comportamentais do consumidor · Fundamentos do neuromarketing e ferramentas · Aplicação e ética

15 Análise Qualitativa de dados

Dafne Morais · Doutora

PESQUISA, DADOS & CONSUMIDOR

Dominar as técnicas de coleta e análise de dados qualitativos, com apoio de softwares especializados, para interpretar comportamentos, percepções e motivações que os números não capturam sozinhos.

Unidades: Pesquisa qualitativa: fundamentos e coleta · Técnicas de análise qualitativa · Softwares e aplicações práticas

16 Liderança

Heloisa Jardim · Mestre

ESTRATÉGIA & NEGÓCIOS

Desenvolver uma visão sistêmica da liderança: novas posturas, formas de influência e a capacidade de articular diferentes partes da organização, para liderar com consciência e estratégia em contextos de mudança.

Unidades: Liderança 4.0: desafios e estratégias · Liderança sistêmica · Liderar não é gerir pessoas

Quem conduz o programa

Especialistas, mestres, doutores e PhDs que unem academia e mercado em estratégia, marca, growth e dados. Fotos e minicurrículos em finalização.



Hugo Santos · Pós-graduação

Disciplina 01 · Estratégia e gestão de Marketing

Executivo de Marketing e Vendas Consultivas com quase 30 anos em construção de marca, geração de demanda e educação de mercado (serviços, SaaS/Tech). Professor de MBA na Faculdade Exame, autor de três livros, palestrante e consultor.



Hanna Arruda · Doutora

Disciplina 02 · Pesquisa de Marketing

Líder de gestão com mais de 10 anos junto a clientes enterprise em edtech, varejo, alimentos e telecom. Fundou agência de marketing ao vivo e foi Diretora de Planejamento na Síntese e sócia na Mulchi. Na Exame + Saint Paul, lidera o onboarding dos MBAs.



André Nery · Pós-graduação

Disciplina 03 · Estratégia de Negócios

Executivo de Produto com passagens por iFood, Unico, Wellhub (Gympass) e CRM Bônus, liderando portfólios de até R$1,2B. Fundador e CEO da Alpha (SaaS de IA). Formação no MIT Sloan e mestrado pela PUC-SP; professor no MBA da Faculdade Exame.



Flávio de Miranda Ribeiro · Doutor

Disciplina 04 · Cultura do consumo e economia circular

Professor e pesquisador no Doutorado em Direito Ambiental da Universidade Católica de Santos e consultor em economia circular. Policy advisor da Ellen MacArthur Foundation (América Latina) e diretor de Meio Ambiente da Fiesp.



Francisco Saraiva · PhD

Disciplina 05 · Branding Estratégico

Executivo e consultor de marketing, branding e estratégia comercial, com projetos de IA aplicada ao marketing. Professor na FGV EAESP há quase duas décadas (Branding, Marketing Digital, CRM) e líder da comunidade Alumni FGV.



Marina Pechlivanis · Pós-graduação

Disciplina 06 · Gestão da experiência do Cliente

Sócia-fundadora da Umbigo do Mundo, especialista em posicionamento de marca e cultura corporativa. Mestra em Comunicação e Consumo pela ESPM, professora na ESPM e na Faculdade Exame, e autora de mais de 20 títulos.



Bernard de Luna · Pós-graduação

Disciplina 07 · Experiências de produtos digitais

Diretor de Produto com mais de 24 anos em produtos digitais e experiência global em diversas indústrias. Professor de pós-graduações e MBAs e autor do livro “INCRÍVEL: a verdade por trás das pessoas de produto extraordinárias”.



Maria Cecília Jucá · Mestre

Disciplina 08 · Inovação e novos modelos de negócio

Global Head of Product — Data & AI Platform na AB InBev, com passagens por inovação no Vale do Silício (Beer Garage). Professora de Innovation Strategy na Faculdade Exame, na Tera e na CESAR School.

Marketing digital, dados e liderança

A segunda metade do corpo docente conduz o crescimento digital, a inteligência de dados e a liderança. Fotos e minicurrículos em finalização.



Eleonora Diniz · Doutora

Disciplina 09 · Marketing digital e Growth

Especialista em Analytics e estratégia de dados para marketing digital há mais de 20 anos. Fundadora da plataforma Dr. Métricas e professora de Web Analytics na FGV.



Lilian Carvalho · Doutora

Disciplinas 11 e 14 · Conteúdo, Social & Neuromarketing

Fundadora da Lumière e especialista em marketing digital, comportamento do consumidor e neuromarketing. Atuação acadêmica na University of Chicago, FGV, Insper e FIA.



Gabriel Dornella · Pós-graduação

Disciplina 13 · Fundamentos da análise de dados

18 anos em tecnologia (Salesforce, SAP, Oracle); Senior Director de Solution Engineering na Salesforce Brasil em Data, CRM e IA. Certificações em ML & IA por UC Berkeley e em inovação por Stanford.



Heloisa Jardim · Mestre

Disciplina 16 · Liderança

Diretora da Faculdade Exame, com mestrados em Saúde Pública (Harvard) e Economia Empresarial (UFRJ). Cerca de 20 anos em estratégia, operações, sustentabilidade e bem-estar organizacional; consultora sênior na Harvard SHINE.



Leo Cirino · Pós-graduação

Disciplina 10 · Estratégia de Lançamento e Campanhas

Marketing e crescimento; liderou o marketing digital global da Fluency Academy e a expansão da Smart Fit. *Currículo completo em breve.*



Adalberto Silvestre · Mestre

Disciplina 12 · IA para estratégias de marketing

Mais de 20 anos em marketing B2B e B2C, liderando times multidisciplinares em branding, CRM, growth e transformação digital, com domínio de Business Intelligence, analytics e ambientes data-driven.



Dafne Morais · Doutora

Disciplina 15 · Análise Qualitativa de dados

Doutora em Administração pela FGV com pós-doutorado em Sustentabilidade no COPPEAD/UFRJ. Professora na UNIFOR e ex-FEI, com pesquisa em gestão de operações e sustentabilidade.

TOOLBOX · INCLUÍDA

A caixa de ferramentas de IA do curso

Os estudantes do MBA têm acesso à **Toolbox** — um catálogo de tutoriais práticos de ferramentas de IA, curado pelos docentes da Exame + Saint Paul e mantido em ambiente próprio para permitir atualização constante, no ritmo das inovações do mercado. Ferramentas entram, são revisadas e renovadas continuamente, sempre buscando as melhores opções de apoio aos projetos de marketing.

Conteúdo e criação

Geração de texto, roteiro, imagem e vídeo para campanhas e social media, com cadência de produção apoiada por IA.

Pesquisa e consumidor

Inteligência competitiva, escuta de mercado e apoio à pesquisa para entender persona, comportamento e posicionamento.

Automação e campanhas

Automação de fluxos de marketing, prospecção, follow-up e gestão de campanhas com otimização orientada por dados.

Dados e análise

Análise de dados, dashboards e visualização para transformar métricas em decisão e em narrativas de impacto.

A Toolbox é atualizada continuamente — novas produções de tutoriais acompanham o lançamento e a evolução de ferramentas emergentes de IA.

FACULDADE EXAME · SAINT PAUL

MBA em Marketing

Este documento reúne a estrutura consolidada do MBA — um guia para orientar o seu percurso entre os quatro módulos, das bases da estratégia e do consumidor à análise de dados e à liderança, com a Toolbox de ferramentas de IA incluída.

DOCUMENTO DE ORIENTAÇÃO AO ESTUDANTE

Bons estudos.

4	16	Toolbox
módulos	disciplinas	incluída