

MARKETING STRATEGIES & INNOVATION

PROGRAM CONTENT



SOBRE O LAIOB

O LAIOB visa capacitar, qualificar e desenvolver profissionais da América Latina através de programas acadêmicos de curta duração e também mediante missões corporativas nos principais hubs de inovação do mundo.

Atualmente o LAIOB Experience, parte do grupo LAIOB, conta com parcerias com algumas das mais renomadas instituições dos EUA, tais como a Ohio University, The University of Akron e University of Miami para realização de cursos com foco em negócios e em um público que busca o aprimoramento de habilidades e visibilidade no mercado de trabalho.

Os cursos oferecidos em Ohio e Akron são de curta duração (duas semanas) e ministrados 100% em inglês, abrangendo as áreas de Management, Project Management, Marketing, Corporate Finance e Sales Management & Negotiation.



THE UNIVERSITY OF AKRON

A The University of Akron é a universidade de pesquisa pública mais influente da região de Cleveland, contribuindo para o ressurgimento da economia local, fornecendo uma mão de obra altamente qualificada em diversas disciplinas e conhecida por uma abordagem inovadora ao ensino superior.

Além disso, a instituição possui expertise em diversas áreas, com cerca de 300 programas disponíveis (graduação e pós-graduação), mais de 23.000 estudantes e um campus com mais de 880.000 metros quadrados e 80 edifícios.

The
University
of Akron



O PROGRAMA

Marketing Strategies & Innovation

The
University
of Akron



OBJETIVO

O programa de Marketing Strategies & Innovation na The University of Akron tem como intuito desenvolver as habilidades de marketing do aluno, explorando as tendências para o futuro da área e capacitando-o no desenvolvimento de estratégias de campanhas de forma inovadora. Durante as aulas são abordadas temáticas como neuromarketing, social media, branding, posicionamento, análise de dados, marketing digital e entre outros. Proporcionamos a usabilidade de ferramentas com professores referência na área e com experiência prática.

O PROGRAMA

Marketing Strategies & Innovation



O programa tem duração de duas semanas e conta com aulas de segunda à quinta. Além das atividades na universidade, dedicamos um dia para visitarmos empresas da região. As visitas são direcionadas ao tema do programa, contribuindo para uma imersão ainda mais profunda na área de estudo.



Além das aulas específicas do curso de Marketing Strategies & Innovation, também está incluso no programa aula de Business English (curso opcional). As aulas de Business English abordam conteúdos relacionados ao mercado de trabalho, elevando o seu nível de inglês para o profissional.



A carga horária semanal do programa é de 32 horas/aula, incluindo os cursos de Marketing Strategies & Innovation e Business English (curso opcional).



Ao final do programa, o aluno receberá dois certificados da Universidade: um referente ao curso de Marketing Strategies & Innovation e outro ao curso de Business English.



PARA QUEM?

Para profissionais em posições estratégicas, que **atuam diretamente com o plano de comunicação da empresa;**

Para executivos que visam **crescimento profissional, capacitação e networking;**

Para profissionais que procuram manter-se **qualificados e atualizados quanto às inovações da área de marketing;**

Para executivos entusiastas da área de marketing; que **buscam ferramentas novas para alavancar seus resultados e o desempenho de suas estratégias de comunicação.**

Além disso, o conhecimento avançado de inglês é exigido para o melhor aproveitamento do curso, que é 100% ministrado no idioma norte-americano.

SUBJECTS

✗ **Best In-Class Brand Positioning**

In this seminar, students will learn to identify positioning strategies of worldclass brands, utilize SWOT analysis to identify key points of leverage for brand positioning, learn to translate brand personality and equity into a winning positioning strategy, and prepare to apply skills in the session “Using Data to Drive Positioning”.

✗ **Connecting with Consumers in a Digital World**

The seminar explores the digital domain in the context of business issues that concern marketers, with an emphasis on understanding digital marketing strategies and current trends. Learn how companies can apply the psychology behind consumer behavior to connect with today’s consumer.

SUBJECTS

✗ Innovative Marketing Strategy

In this seminar, it is discussed several of the most influential marketing strategy tools, & look at how they have changed or perhaps have become obsolete. There is also a focus on the influence of your organization's marketing & learning orientation to predict long term market success. Then finish up with a hands-on workshop analysis of your organization's response to some of the biggest and most audacious long-term trends that are on the horizon, such as demonetization of everything, energy abundance, and artificial intelligence.

✗ Turning the Creative Spark Into a Flame

This is an interactive, applied workshop designed to enhance individual and organizational creativity. Among other things, we will address some of the pervasive myths about creativity, discuss and apply effective processes and techniques for doing creative work in teams, and learn how organizational structures can be used to encourage and bring out the creativity of your employees.

SUBJECTS

✗ Full Circle Social Media

We all can appreciate the power of social media, yet understanding the business side and how to make critical strategic connections between the top of the business to the consumer is much more complex. This seminar moves students beyond the basic understanding of social media and helps them to develop the executive mindset for how to make critical strategic business decisions about how to effectively maximize social media for their marketing toolkit.

✗ Using Data to Drive Positioning

In this seminar, students will apply what you learned about Branding and Positioning and learn to the powerful secret weapons marketing professionals should be using, which include the ability to develop an effective survey for brand perceptions, apply both Likert and semantic differential scales, create a perceptual map, and analyze competitive positioning.

SUBJECTS

✕ Where is the “Buy” Button? Embracing Neuromarketing in Marketing Research

Neuroscientific methods have the potential to provide deep consumer insight and have ushered in a renaissance within marketing research known as neuromarketing. This seminar will explore contemporary approaches to the study of neuromarketing by examining (a) how information is processed in the brain, (b) the role of emotions and memory in shaping consumer preferences, and (c) how to utilize neuroscientific measures to shape marketing strategy



+55 (11) 3457-9340

contato@laiob.com

Rua Paes Leme, 215, conj. 1903, Pinheiros – São Paulo – SP – Brasil