

# Pós-graduação às vésperas da web 3.0

Cresce o número de cursos especializados em mercado digital. Entre eles, os de marketing e comércio eletrônico

Paula Dias

O mundo mal se adaptou aos efeitos da web 2.0, e já tem gente prevendo o que vem por aí com a 3.0. Não à toa, manter-se bem informado e atualizado é um dos principais desafios de quem trabalha no mercado digital. E de quem pretende ingressar nele. Para acompanhar a velocidade das informações e do surgimento de novas tecnologias, as instituições de ensino têm oferecido cursos de pós-graduação voltados ao setor.

A maioria ainda é para a área de marketing, mas já há opções em outros campos, como comércio eletrônico e TV digital. O Instituto Infnet, por exemplo, acaba de lançar a pós "Marketing digital", que aposta em internet e plataformas on-line para estimular as vendas, estreitar o relacionamento com clientes e ajudar a melhorar a imagem de produtos e serviços na rede.

— É um mercado quentíssimo. As empresas têm demandado pessoas para realizar serviços que vão do acompanhamento das redes sociais à gestão de publicidade na web — diz André Kischinevsky, pró-reitor de marketing do instituto.

O "Marketing design digital", da ESPM-RJ, e o "Gestão estratégica de marketing digital", da Facha, também são direcionados a quem quer conhecer os benefícios que a internet pode trazer para as empresas. Já para tentar turbinar o varejo na rede, a dica é o MBA "Gestão e estratégias em comércio eletrônico", da universidade Anhembi Morumbi, de São Paulo. A PUC-Rio, por sua vez, promete para 2010 um curso para quem quer desvendar os segredos da TV digital. *Continua na página 4*



CAROLINA HOFFMANN: a meta é aprofundar o conhecimento

## Pela perspectiva do consumidor

Designer descobre o marketing

• Antes mesmo do boom da internet, a designer petropolitana Carolina Hoffmann, de 31 anos, já entendia do risco: trabalhava com o desenvolvimento de sites. Depois, até resolveu diversificar o currículo e passou a atuar também na mídia impressa — mas sem nunca largar a rede. Desde abril do ano passado, aliás, ela mantém o blog "Amenidades do design" ([www.amenidadesdodesign.com.br](http://www.amenidadesdodesign.com.br)), em que posta novidades sobre a profissão.

E foi para aprofundar conhecimentos na área que Carolina decidiu iniciar a pós "Marketing design digital", da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Apesar de ainda estar no meio do curso, a designer já tem tido novas ideias de negócios.

— Quero oferecer serviços de marketing digital aos escritórios de design, que ainda são muito tradicionais. O objetivo é expandir a estratégia deles para a web, apostando em ações conjuntas — descreve Carolina, que antes do curso nunca tinha estudado marketing. — A experiência tem sido valiosa porque estou entendendo esse universo pela perspectiva do cliente. Também tenho visto que o alcance das ações é enorme, quase imensurável.

## Na velocidade do mercado

Para jornalista, atualização é meta constante

• Redatora de uma revista de tecnologia da informação (TI), a jornalista Patrícia Haddad, 36 anos, está fazendo a pós-graduação "Gestão estratégica em marketing digital", da Facha. Ela procurou o curso para se manter atualizada, diante da velocidade do mercado.

— Como a cada dia surge uma novidade, não dá para ficar parada, achando que só a graduação será suficiente para conseguir um bom posicionamento — afirma Patrícia, que parece já ter entendido um dos principais conceitos da sua especialização. — No meio digital, as pessoas podem receber o impacto do marketing mais facilmente, já que o ambiente permite maior experimentação. Além disso, os custos são menores, e as possibilidades, infinitamente maiores.



PATRICIA HADDAD: "Não dá para ficar parada"

## Varejo na era do e-commerce

Um executivo atrás de fôlego para acompanhar o mercado



ROBERTO OLIVEIRA: foco no e-commerce

• Formado em marketing, Roberto Oliveira, de 33 anos, sabe tudo de varejo. Quer dizer, quase tudo: faltava ao funcionário da área contábil das lojas Marisa entender mais sobre vendas pela internet. O caminho foi se inscrever no MBA "Gestão e estratégias em comércio eletrônico", da Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo.

— Eu comecei a observar o crescimento do e-commerce em relação ao varejo tradicional. É um segmento que permite às empresas oferecerem uma ampla variedade de itens ao consumidor, além de atingir um número maior de clientes em várias regiões. E tudo isso a custos menores. Mas é necessário ter fôlego para acompanhar o dinamismo e as inovações do mercado.

### NOTAS

#### • VAGAS EM ESPETÁCULO

O Cirque du Soleil está contratando cerca de 200 profissionais (atendente de bar, vendedor, cozinheiro, garçom, maître, recepcionista, costureira e assistente de camarim, entre outros) para sua temporada no Rio. Os currículos devem ser enviados pelo site [www.allis.com.br](http://www.allis.com.br).

#### • PÓS ANIMADA

O campus Barra da Universidade Veiga de Almeida (UVA) oferece a pós-graduação "Animação e modelagem digital", que vai ensinar técnicas de efeitos especiais e criação de filmes por computador. O curso, que começa em março, sai por R\$ 9.800. Mais informações no [www.uva.br](http://www.uva.br).

#### • SETE OPÇÕES

A faculdade Mackenzie Rio está com inscrições abertas, até 12 de fevereiro, para sete cursos de pós, entre eles, "Gestão aplicada à indústria do petróleo e gás", "Planejamento tributário" e "Controladoria e finanças". O valor da taxa é R\$ 75. Informações: [www.mackenzie-rio.edu.br](http://www.mackenzie-rio.edu.br).

# Como bolar estratégias, eis a questão

Cursos de especialização apostam na interatividade da internet para potencializar negócios em várias áreas

**S**e existe um consenso entre os especialistas do mundo digital é que as ferramentas que conhecemos hoje podem mudar, mas o conceito de interação na internet chegou mesmo para ficar. Diante desse caminho sem volta, a maioria dos cursos de especialização não se preocupa em transmitir aos alunos conhecimentos técnicos sobre programas e aplicativos, mas sim conceitos gerais sobre o que essa revolução significa.

É o caso da pós "Gestão estratégica em marketing digital", da Facha. Com carga de 396 horas, o curso não dá prioridade ao ensino das ferramentas da moda, como Twitter, Orkut e YouTube. Segundo o coordenador Nino Carvalho, o objetivo é que os profis-

sionais assimilem conceitos mais sólidos sobre estratégia.

— Ontem eram os blogs, hoje é o Twitter e amanhã será o Google Wave (ferramenta colaborativa de comunicação e edição de documentos em tempo real). Diante do dinamismo do mercado, o mais importante não é se preocupar em dominar cada tecnologia, mas entender como as redes sociais potencializam o alcance das ações de marketing.

## Atualização deve incluir toda a cadeia produtiva digital

Quem mais se beneficia com o segmento são empresários ligados ao varejo, tanto de produtos quanto de serviços. Foi pensando neles que o Infnet lançou a pós "Marketing digital", que acaba de formar

sua primeira turma. A ideia é ensinar os alunos a usarem a internet e as novas mídias digitais para divulgar suas empresas e, de quebra, realizar comércio eletrônico.

Não à toa, planejamento de estratégia competitiva, execução de ações em mídias digitais, uso de redes sociais, conhecimentos de marketing de busca e domínio de técnicas de mensuração de resultados estão no programa.

— Hoje as ações em redes sociais são a bola da vez. E há promessas de grandes investimentos em mobile marketing. O universo é tão amplo que o profissional pode se tornar um especialista em alguma dessas vertentes. Por isso é importante estar sempre atualizado — aconselha Gustavo Lourei-

ro, coordenador do curso.

E atualizado não só sobre internet, mas ainda sobre outros segmentos da cadeia produtiva digital, como telefonia móvel e TV interativa. Principalmente se o profissional está ocupando ou pretende ocupar um cargo de liderança.

## TV é uma das mídias que deve criar muitas vagas

— Muita gente busca a especialização na tentativa de migrar do operacional para uma função mais estratégica. Para ser gestor na área, por exemplo, é preciso ter uma visão geral do processo — afirma Luciano Tardin, coordenador da Área de Design da pós-graduação "Marketing design digital", da ESPM-RJ.

Na disputa por uma vaga

nesse mercado de contornos tão variados, largam na frente profissionais de computação, administração e comunicação social. Mas segundo Maurício Salvador, idealizador do curso "Gestão e estratégias em comércio eletrônico", da universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo, a demanda das empresas ainda é maior do que a oferta de profissionais.

— As grandes redes de varejo já estão posicionadas, mas há muitas oportunidades em pequenas e médias empresas, que estão adotando o e-commerce — afirma Salvador, acrescentando ainda que os salários de um profissional da área estão variando entre R\$ 7 mil e R\$ 12 mil.

Outra área que também promete criar muitos empregos é

a TV digital. De olho nesse mercado, o engenheiro de computação Sérgio Colcher — coordenador do Instituto de Mídias Digitais da PUC-Rio — acaba de criar o MBA "TV digital interativa", que aguarda aprovação da universidade para ser lançado no ano que vem.

## Em foco, negócios que a interatividade produzirá

— O curso será voltado para profissionais que querem entender como essa tecnologia pode interferir na comunicação. A ideia é oferecer também uma análise de quais são as novas perspectivas de negócios que a interatividade poderá criar — resume Colcher, que promete lançar, em breve, um curso de graduação em mídias digitais. ■

## CONFIRA OS PROGRAMAS

• **DESIGN:** A ESPM-RJ, no Centro, oferece a pós-graduação "Marketing design digital", voltada para profissionais de marketing, comunicação e design. O curso tem 360 horas e conta com disciplinas como ambiente globalizado de negócios, gerência de marketing, arquitetura da informação e design de interação. As aulas serão aos sábados, das 8h às 14h15m, e o valor é R\$ 13.968,84. Outras informações podem ser obtidas no [www.espm.br/candidato](http://www.espm.br/candidato).

• **MARKETING:** O Instituto Infnet, no Centro, acaba de lançar a pós "Marketing digital". Com 440 horas, o curso aborda cultura, tecnologia e comunicação digital, publicidade e propaganda on-line e marketing e estratégia para negócios na web. A procura é por profissionais de comunicação, publicidade e administração que desejem usar a internet e as novas mídias digitais para divulgar suas empresas e fazer comércio eletrônico. As aulas acontecem às terças, das 18h30m às 22h40m, e o valor é R\$ 14.220. Informações: [www.infnet.edu.br](http://www.infnet.edu.br).

• **ESTRATÉGIA:** Com carga de 396 horas, a pós-graduação "Gestão estratégica de marketing digital", da Facha, oferece conceitos e ferramentas para o profissional gerenciar equipes e projetos na área. Entre as principais disciplinas estão marketing móvel, conhecimentos em redes e direito eletrônico. As aulas acontecem às terças e quintas, das 19h às 22h; sextas, das 7h às 14h, e sábados, das 9h às 13h, em Botafogo. O valor é R\$ 9.994,50. Informações pelo 2102-3238 ou no [www.igec.com.br](http://www.igec.com.br).

• **E-COMMERCE:** O MBA "Gestão e estratégias em comércio eletrônico", da

Anhembi Morumbi, em São Paulo, é direcionado a profissionais de qualquer formação que querem adquirir conhecimentos em gestão e estratégias na rede. O programa do curso — que tem 400 horas — inclui matérias como estratégias de varejo na internet e inteligência em negócios de comércio eletrônico. As aulas acontecem às terças e quintas, das 19h às 22h40m. O valor é R\$ 16.803,60. Informações no site [portal.anhembi.br](http://portal.anhembi.br).

• **TV DIGITAL I:** A UFF oferece o MBA "TV digital, radiodifusão & novas mídias de comunicação eletrônica". Com duração de 25 meses e carga horária de 468 horas, o curso começa em março de 2010. As aulas serão ministradas às terças e quintas-feiras. Preço promocional (até dezembro): R\$ 10 mil (25 vezes de R\$ 400). Informações adicionais através de [treinamentos@telecom.uff.br](mailto:treinamentos@telecom.uff.br) ou 2621-8481.

• **TV DIGITAL II:** Já o Instituto de Mídias Digitais da PUC-Rio aguarda aprovação da universidade para iniciar, em março, o MBA "TV digital interativa", com 360 horas, que vai abordar como o novo modelo influencia a comunicação e a produção para TV, além de suas perspectivas de negócios. O instituto também vai lançar, em breve, um curso de graduação em mídias digitais. Informações no site [www.puc-rio.br](http://www.puc-rio.br).

• **GESTÃO:** Com 424 horas, o MBA "Marketing e gestão de clientes", da Gama Filho, conta com disciplinas de gestão de marketing digital e comércio eletrônico. As aulas podem ser na Barra ou no Centro, sempre às terças e quintas, das 19h às 22h. O valor é R\$ 5.976. Informações: [www.ugf.br](http://www.ugf.br).

## Acompanhe a evolução da web

• Tudo começou com a web 1.0, marcada pelo surgimento de sites estáticos, que não permitiam ao usuário fazer qualquer modificação. Se hoje é possível conhecer o código-fonte de um programa e criar aplicativos, antes isso era inimaginável: as empresas desenvolviam softwares fechados que podiam ser baixados, mas não alterados.

As coisas começam a mudar no início da década, com a web 2.0. É uma fase marcada pelo aproveitamento de aplicativos que estimulam a construção coletiva do conhecimento. Não se trata de uma revolução baseada na forma, mas no conteúdo, que sofre transformações ao permitir que o usuário crie, organize e edite informação. Redes sociais e ferramentas que abrem espaço para comentários ganham popularidade.

Já a web 3.0 prevê a organização e o uso inteligente de todo o conhecimento disponível na rede. Fala-se em convergência de mídias e mecanismos de busca mais intuitivos, que vão além da simples varredura a partir de dados concretos. Os sites passariam a deduzir o que o internauta quer não só via demandas mais subjetivas, como também de seu comportamento na internet. A ideia, por exemplo, é que se digite um destino de viagem e, em vez de receber milhares de ocorrências desorganizadas, o usuário tenha à disposição sites de hotéis com seu perfil, de companhias aéreas e mapas de como chegar lá.