

Imersão em Transformação Digital Online



Imersão em Transformação Digital

Time acadêmico do programa



Edney Souza

Edney Souza, conhecido no mundo digital como InterNey, é **Diretor Acadêmico na Digital House Brasil**, organizador da Social Media Week São Paulo, e editor do blog WordPress.com Brasil. Formado em Processamento de Dados pela Universidade Mackenzie, com pós-graduação em Tecnologia da Informação Aplicada a Negócios pela FASP, trabalha no mercado de tecnologia e comunicação desde 1990.

Seu blog **InterNey.net foi reconhecido como o blog mais popular da internet brasileira em 2006, 2007 e 2008**. Foi fundador em 2006 do InterNey Blogs, primeira rede profissional de blogs do Brasil, projeto descontinuado em 2013. Em 2008 fundou a Polvora!, agência especializada em mídias sociais, onde permaneceu sócio até 2012. Também foi conselheiro, executivo e consultor na boo-box de 2008 a 2015. Em 2016, **foi reconhecido pelo LinkedIn como um dos brasileiros que mais se destacou na rede**.

A partir de 2012 passou a se dedicar à carreira de professor, consultor e influenciador digital.

Imersão em Transformação Digital

Time acadêmico do programa



Aline Przybelak

Aline é professora, especialista em metodologias ágeis e empresária. Atuou como Scrum

Master em equipes de desenvolvimento de projetos de tecnologia e de mídias digitais e websites, participando ativamente em ações e estratégias de transformação digital e inovação com tecnologia.

Uma de suas principais paixões é conectar pessoas em direção a um objetivo comum, seja na área de educação, tecnologia ou até mesmo gastronomia..



Rafael Burity

Designer focado em gestão, mentoria de equipes de design estimulando ultrapassar as

fronteiras de times e silos das empresas, elevando a qualidade do trabalho de design, buscando adaptar e replicar as melhores práticas do mercado. Professor de aulas de inovação e negócio centrados no usuário, Design thinking, Liderança e Arquitetura de Informação e Usabilidade.

Formado em Ciência da Computação, especialista em Arquitetura de Informação, atuou no mercado publicitário, além de passagens por empresas como Ben Visa Vale, Embraer e Infoglobo.



Nuria Lopez

Doutora e Mestre em Teoria e Filosofia do Direito pela PUC-SP. DPO do Opice Blum, Bruno, Abrusio, Vainzof Advogados Associados. Advogada especializada em Direito Digital e Proteção de Dados.

Professora convidada em cursos na PUC-SP, INSPER, FAAP, FGV-Rio. Palestrante, Pesquisadora e autora de publicações nacionais e internacionais (Alemanha, Espanha) sobre neurofilosofia, inteligência artificial, sociedade da informação e proteção de dados.

Imersão em Transformação Digital

Programa completo com 10 módulos



**CULTURA
DIGITAL**



DISCOVERY



**UX
DESIGN**



**NEGÓCIOS
DIGITAIS**



**METODOLOGIAS
ÁGEIS**



**NOVAS
TECNOLOGIAS**



**MARKETING
DIGITAL**



**DATA
ANALYTICS**



**DATA
SCIENCE**



LGPD



CULTURA DIGITAL – 4 HORAS

Como eixo central da inovação e transformação digital



Edney Souza

Objetivo

Demonstrar que a transformação digital não se faz adotando novas tecnologias ou ferramentas, e sim através de uma mudança de comportamento da organização que deve ser adotado por todos. O que devemos saber para transformar, comportamentos emergentes e o papel da liderança

Conteúdos:

A cultura como eixo central da inovação e transformação digital

Fatores essenciais para desenvolver uma cultura digital nas organizações

Change Management & Liderança: Caminhos que facilitam e aceleram as mudanças de hábitos e a implantação colaborativa

O que se aprende?

Entender e dimensionar o quanto é importante realizar uma transformação de mentalidade que possa permear toda a cultura da empresa. Descobrir que não é suficiente apenas implementar novas tecnologias dentro de uma empresa para se tornar digital, mas que é fundamental mudar a mentalidade de forma que todos assimilem as vantagens do digital. Trabalho colaborativo, processos mais curtos e experimentação são algumas das mudanças que devem ser incorporadas na sua cultura empresarial

Competências trabalhadas: Foco no Cliente, abertura às mudanças, importância da experimentação de novas ideias



DISCOVERY – 4 HORAS

Necessidades do cliente e desenvolvimento de produtos e serviços



Rafael Burity

Objetivos

Orientar os participantes a como descobrir serviços e características que realmente agreguem valor ao produto; como avaliar a viabilidade das propostas e economizar tempo e orçamento buscando novas alternativas e como administrar as prioridades dos diferentes públicos. Descobrir métodos de trabalho que ajudam na inovação e aprender a avaliar comportamentos que impedem mudanças para modificá-los e obter resultados

Conteúdos:

- Mitos sobre a inovação
- O poder do Design Thinking
- Etnografia, Persona, Antropologia do consumo
- A vantagem de ter um MVP (protótipo)

O que se aprende?

Como criar experiências que os usuários desejam e, portanto, produtos e serviços que se apaixonem! Levantar requisitos com empatia e foco na jornada do usuário. Planejar e liderar o desenvolvimento de produtos/serviços centrados no usuário. Liderar Design Sprints para gerar consenso entre todos os membros do time e como equilibrar no dia-a-dia os três pilares do Lean UX: Design Thinking e Metodologias Ágeis e Lean Start Up. Aplicar Design Thinking como ferramenta de estratégica e avaliação de sucesso

Competências trabalhadas: Capacidade de observação (empatia) - análise - síntese, comunicação assertiva, criatividade, melhoria contínua e client centricity

**UX – 4 HORAS**

Entendimento do cliente e design centrado no usuário



Rafael Burity

Objetivos

Apresentar metodologias e ferramentas usadas em UX/UI que possibilitem a aplicação prática em casos reais. Instrumentalizar e capacitar os participantes a entenderem o contexto dos consumidores, criarem conexões com estes e se tornarem agentes de transformação e inovação

Conteúdos:

Processo de Design Thinking (Double Diamond)

Empatia (Personas)

Importância da definição do problema

Ideação - Prototipação - Testes

Melhoria Contínua

O que se aprende?

Como criar experiências que os usuários desejam e, portanto, produtos e serviços que se apaixonem! Levantar requisitos com empatia e foco na jornada do usuário. Planejar e liderar o desenvolvimento de produtos/serviços centrados no usuário. Liderar a estratégia da Experiência do Usuário.. Aplicar Design Thinking como método, para criar a estratégia de UX e gerenciar a melhoria contínua

Competências trabalhadas: Capacidade de observação-análise-síntese, comunicação assertiva, criatividade, melhoria contínua



NEGÓCIOS DIGITAIS – 4 HORAS

Inovação, modelos de negócio e transformação



Edney Souza

Objetivos

Que os participantes entendam porque é fundamental assimilar as diferentes formas de gerar rentabilidade proporcionadas pelo mundo digital. Que possam utilizar ferramentas como o modelo CANVAS para ser capaz de explicar um modelo de negócios em apenas uma folha, de forma clara e correta. Que se sintam capazes de expor e expressar as ideias que têm para um negócio

Conteúdos:

- Tendências de negócios
- Metodologias do mundo digital
- Os modelos de negócios do mundo digital
- Chaves para projetar seu próprio modelo
- A metodologia do Canvas e Como aplicá-lo

O que se aprende?

Entender a direção para qual caminham os negócios hoje em dia. Como a tecnologia e a inovação influenciam os diferentes mercados e sua forma de fazer negócios. Compreender os distintos modelos de negócios que atualmente estão no mercado e como eles geram rentabilidade.

Competências trabalhadas: Impacto na visão estratégica, inovação, visão digital, e planificação.



METODOLOGIAS ÁGEIS – 4 HORAS

Fundamentos, implementação e casos de sucesso



Aline Przybelak

Objetivos

Uma imersão em métodos ágeis e Scrum. Ter o entendimento teórico e prático dos papéis de um time Ágil, eventos e artefatos que existem, além de apresentar ferramentas para implementar e gerenciar iniciativas ágeis e auxiliar na adoção de um novo mindset para o método ágil, que é um dos fatores mais desafiadores na adoção do Scrum. Entregas rápidas de valor, transparência e aceitação à mudanças são fundamentais nos métodos ágeis

Conteúdos:

Evolução dos negócios (Indústria 4.0)

Agile 101 Manifesto Ágil (12 princípios)

Agile - Papéis & Responsabilidades

O que se aprende?

Assimilar as bases de trabalho SCRUM e porque se tornou mais importante o foco no valor percebido pelo cliente em cursos espaços de tempo do que os requisitos técnicos. Entender os conceitos de backlog, sprint, incremento, eventos Scrum, User Stories, épicos, releases, modelo Kano e outros, que são fundamentais para construir produtos mais de maior valor em curtos períodos de tempo. A Importância de construir times colaborativos focados em atividades que geram impacto positivo nos negócios. Como iniciar e manter uma implementação de uma célula Ágil/Scrum

Competências trabalhadas: Formação de times de alta performance, capacidade priorização, orientação à mudança, gestão de cronograma e comunicação



NOVAS TECNOLOGIAS – 4 HORAS

Tecnologias que têm provocado mudanças nos negócios



Edney Souza

Objetivos

Quais são as novas tecnologias que impactam os negócios e o mundo? Este módulo descreve quais são estas tecnologias, suas principais utilizações e sua influência na vida pessoal e profissional dos indivíduos. Além disso, se discute a força do digital na mudança de comportamento da sociedade e suas consequências

Conteúdos:

- Inteligência Artificial
- Cybersegurança
- Computação Quântica
- Realidade Virtual
- Blockchain
- Internet of Things

O que se aprende?

Melhor compreensão das mais variadas tecnologias disponíveis, suas tendências de aplicação, como influenciam os negócios e o surgimento de novas habilidades & novas profissões. Como a adoção das tecnologias e investimentos na inovação influenciam diferentes organizações, indústrias e mercados com intensidades diferentes e as oportunidades que surgem.

Competências trabalhadas: Impacto na visão estratégica, inovação, visão digital e planificação



MARKETING DIGITAL – 4 HORAS

Modelos, mídia, ciclo de vida e ferramentas



Edney Souza

Objetivos

O que mudou do MKT Tradicional ao Digital? Fazer com que os participantes compreendam quais são os diferentes canais disponíveis para chegar mais perto do cliente. A importância de falar com os clientes e manter contato constante para aprender mais sobre eles e suas necessidades. Como planejar a partir dos seus produtos e target de audiência. Como começar a pensar uma estratégia de MKT Digital

Conteúdos:

Conheça os modelos de negócios do mundo digital

Saiba como você pode alcançar os usuários de maneira mais eficaz planejando um mix completo de mídia digital

Desenvolver um plano de marketing que compreenda o ciclo de vida e o consumo dos usuários e como eles se relacionam com sua marca

O que se aprende?

Descobrir os novos canais abertos pelo digital na vida dos seus clientes. Como chegar até eles e quais canais escolher para se comunicar, baseado no seu plano de negócio. O que mudou do MKT Tradicional ao MKT Digital e quais as vantagens que ganhamos com isso. O que é omnicanalidade e por que ocorre. Quais são as formas atuais de investir dinheiro em canais digitais para melhorar as soluções propostas pela empresa

Competências trabalhadas: Customer Centric, capacidade analítica, visão de negócios e inovação



DATA ANALYTICS – 4 HORAS

Dados, métricas, visualização e análises



Edney Souza

Objetivos

Demonstrar que o valor não está no BigData per se mas que reside na captura, tratamento e estruturação das análises destes dados para se obter insights. Apresentar as vantagens de dominar as métricas corretas para cada tipo de negócio. Compartilhar as ferramentas disponíveis no mercado para gerenciar métricas (KPI's)

Conteúdos:

Como determinar os principais indicadores para medir o sucesso ou fracasso de um produto digital

Como gerenciar e analisar dados estrategicamente

Ferramentas de análise de dados

O que se aprende?

Entender por que a definição assertiva de linhas de investigações levam a uma melhor coleta e tratamento de informações, a diagnósticos mais acurados e, portanto, melhores resultados. O que medir, como medir e porque cada métrica é fundamental em cada indústria.. As vantagens de investir tempo e esforços para coletar, tratar e analisar dados. Se familiarizar com o Google Analytics - a principal plataforma para dados porém descobrir que não é a única! Conhecer o básico sobre ferramentas de análises de dimensões secundárias e saber que alguns dados estão ao alcance de apenas um clique

Competências trabalhadas: Capacidade analítica, melhoria contínua e visão de negócios



DATA SCIENCE – 4 HORAS

Fundamentos básicos e tendências de mercado



Edney Souza

Objetivos

Compreender como o contexto de avanço tecnológico exponencial atua na rápida expansão da área de Data Science, explorando diferentes aspectos destas novas tecnologias, seus fundamentos, aplicações práticas e perspectivas futuras

Conteúdos:

- Aspectos importantes do avanço tecnológico atual
- Processos de hiperdigitalização
- Técnicas e metodologias
- Aplicações práticas
- Perspectivas sobre o futuro
- LGPD

O que se aprende?

Quais as disciplinas que estão na base da área de Ciência de Dados, perfis profissionais, características dos times. Conceitos mais amplos por trás das principais técnicas, exemplos e cases e perspectivas sobre o futuro. Além disso, o módulo também discutirá quais são as mudanças no tratamento de dados que devem acontecer com a adoção da Lei Geral de Proteção de Dados, que entrará em vigor a partir de agosto de 2020.

Competências trabalhadas: Mindset analítico, visão estratégica, inovação, outras abordagens de gestão

**LGPD – 2 HORAS**

Cuidados essenciais no tratamento dos dados das empresas



Nuria Lopez

Objetivos

Apresentar o contexto global das novas leis (do novo paradigma) de proteção de dados; a importância da LGPD para o Brasil, seus principais pontos e as oportunidades de negócios que ela traz, além de ressaltar a importância de estratégias de cybersecurity e proteção de dados para garantir a confiabilidade dos dados importantes para empresas e indivíduos

Conteúdos:

- Governança em Privacidade
- Como tratar dados pessoais
- Cultura brasileira de proteção de dados
- A lógica do LGPD
- Introdução à Privacidade e Proteção de Dados

O que se aprende?

A importância de se desenvolver processos, produtos e serviços que tratam dados pessoais em conformidade com a nova Lei Geral de Proteção de Dados, além de entender a importância estratégica da Cybersegurança tanto para atender às novas exigências como para resguardar os negócios da empresa e informações privadas dos indivíduos

Competências trabalhadas: Privacidade e proteção de dados; segurança e cybersecurity