

Matriz Curricular: MBA Marketmasters em Marketing Analytics e Growth

Carga Horária Total: 360 horas

Módulo	Disciplina / Unidade	Carga Horária (CH)
Módulo 01: Fundamentos, Mentalidade Analítica e Métricas		30h
	Princípios fundamentais do marketing data-driven	7,5h
	Pensamento crítico e analítico em marketing	7,5h
	Mentalidade de crescimento (Growth Mindset)	7,5h
	Interpretação de métricas essenciais para decisão	7,5h
Módulo 02: Google Sheets Avançado para Análises de Marketing		30h
	Manipulação, transformação e modelagem de dados	7,5h
	Aplicação de funções avançadas para marketing	7,5h
	Automações de planilhas para rotinas analíticas	7,5h
	Análises essenciais para growth e marketing analytics	7,5h
Módulo 03: Visualização de Dados com Looker Studio		25h

	Princípios de visualização de dados e design de dashboards	6,25h
	Construção de relatórios executivos no Looker Studio	6,25h
	Integração de múltiplas fontes de dados	6,25h
	Dashboards para apoio a decisões estratégicas	6,25h
Módulo 04: Growth Marketing: Fundamentos, Frameworks e Sistemas		30h
	Fundamentos e frameworks modernos de Growth Marketing	6h
	Sistemas de growth e identificação de alavancas	6h
	Estratégias de aquisição, ativação e retenção	6h
	Diagnósticos de funil baseados em dados	6h
	Frameworks de priorização e experimentação	6h
Módulo 05: Mensuração de Marketing, Rastreamento e Atribuição		20h
	Implementação de estratégias de rastreamento e tagueamento	4h
	Metodologias de mensuração e atribuição de marketing	4h
	Impactos de rastreabilidade na tomada de decisão	4h
	Modelos de atribuição aplicados ao negócio	4h
	Governança de dados de mensuração	4h

Módulo 06: Web Analytics, GA4 Avançado e Jornada no BigQuery		30h
	Domínio prático de Web Analytics e GA4 avançado	7,5h
	Análises de jornada do usuário no BigQuery	7,5h
	Monitoramento de tráfego, eventos e conversões	7,5h
	Análise de comportamento em ecossistemas digitais	7,5h
Módulo 07: Fundamentos de análise de dados para Marketing e experimentação		50h
	Estatística aplicada: Probabilidade e Inferência	5h
	Testes de hipóteses e introdução aos Testes A/B	5h
	Desenho de experimentos e testes multivariados	5h
	Técnicas de Incrementality e Geo-lifts	5h
	Análises de Cohort e comportamento de retenção	5h
	Projeções, correlações e modelos analíticos	5h
	Tomada de decisão baseada em evidências estatísticas	5h
	Segmentação de clientes e modelos de cluster	5h
	Análise de impacto de ações de marketing	5h
	Rigor metodológico em análises quantitativas	5h

Módulo 08: CRO – Conversion Rate Optimization		30h
	Análise e diagnóstico de conversão em ambientes digitais	6h
	Métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa para CRO	6h
	Heurísticas e Psicologia do Usuário aplicada	6h
	Otimização da jornada do usuário e Landing Pages	6h
	Implementação e análise de testes de conversão	6h
Módulo 09: Liderança no Growth e em ambientes analíticos		20h
	Gestão de operações e equipes de Growth e Analytics	4h
	Comunicação efetiva de insights para executivos	4h
	Construção de marca pessoal e liderança técnica	4h
	Aplicação de princípios de LGPD no marketing	4h
	Ética e governança no tratamento de dados	4h
Módulo 10: Comunicação, carreira e recolocação profissional		35h
	Concepção de currículo e portfólio de alto impacto	8,75h
	Preparação para processos seletivos e entrevistas	8,75h
	Construção de plano de carreira e posicionamento	8,75h

	Assessment de perfil profissional e autoconhecimento (DISC)	8,75h
Módulo 11: Projeto Capstone Aplicado		60h
	Diagnóstico analítico e identificação de oportunidades	12h
	Definição de hipóteses e plano de experimentação	12h
	Elaboração de roadmap estratégico de growth	12h
	Integração de competências técnicas e analíticas	12h
	Apresentação executiva do projeto final	12h