

Programa de Internacionalização

CURSO DE MARKETING INTERNACIONAL DIGITAL

06, 07, 13 e 14 de novembro de 2023

3ª Edição de 2023

1. MARKETING INTERNACIONAL DIGITAL – 3ª EDIÇÃO 2023

A Apex-Brasil, em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, apresenta o curso “Marketing Internacional Digital”, direcionado para favorecer a aceleração do processo de internacionalização por meio do comércio eletrônico. O objetivo dessa capacitação é favorecer a aceleração do processo de internacionalização, com uma abordagem que contemple o ambiente digital. Dessa forma, os participantes serão envolvidos em atividades que os capacitem em relação aos seguintes temas:

1. Fundamentação conceitual para construção de um Plano de Marketing Internacional e Digital;
2. Análise estratégica do ambiente externo;
3. Análise estratégica para branding, consumidor e canais de vendas;
4. Análise estratégica do Marketing Digital;
5. Planejamento de Mídia e de Marketing Internacional
6. Dinâmicas que permitam a colocar em prática o conteúdo desenvolvido.

Para a elaboração de um Plano de Marketing Internacional e Digital, que pressupõe reconhecimento de oportunidades e ameaças no mercado externo, análise de mercado, de posicionamento, de proposta de valor, de vantagem competitiva, bem como dos pontos fortes e fracos das empresas, suas ofertas e sua marca. A reflexão-central passa pela análise dos elementos do marketing mix e, em especial, pela abordagem de marketing digital, para resultar na decisão de quais variáveis devem ser adaptadas ou não para obter maior sucesso na internacionalização.

2. OBJETIVOS GERAIS

Capacitar as lideranças executivas de empresas brasileiras em processo de internacionalização nos temas ligados ao marketing internacional com foco no comércio eletrônico. O foco estará no desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes, e na aplicação de ferramentas importantes para auxiliar a elaboração de um plano de marketing internacional, sob supervisão de especialistas.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Apresentar aos participantes a necessidade da construção de uma estratégia de marketing para a entrada e/ou sustentação da empresa no mercado internacional e orientá-los como fazê-lo.

O participante deve desenvolver habilidades para realizar análise de suas vantagens competitivas e do ambiente de negócios no país selecionado, a fim de definir seu posicionamento.

b) Apresentar aos participantes a visão de produto ampliado – todas as dimensões envolvidas na sua entrega de valor no mercado internacional, além das necessidades de adequação ao país selecionado.

O participante deve ser capaz de elaborar a estratégia de marketing para o país selecionado.

c) Sensibilizar os participantes sobre a necessidade de possuir informações e de realizar análise estruturada para a tomada de decisão em internacionalização, além de demonstrar a importância de se estruturar um plano de marketing internacional.

O participante deve compreender seu problema de negócios e as formas pelas quais pode obter subsídios estruturados para a tomada de decisão.

d) Apresentar aos participantes a necessidade de construção de uma estratégia de marca, de comunicação, de preço e de distribuição adequadas ao ambiente de negócios internacionais.

O participante deve desenvolver habilidades para construir estas estratégias e um calendário de ações estruturado.

e) Promover, na prática, durante a realização do curso, a construção de um plano de marketing internacional.

O participante deve desenvolver habilidades para construir o plano de marketing internacional.

4. PÚBLICO-ALVO

Colaboradores da área internacional e/ou de marketing de empresas brasileiras produtoras de bens e serviços, que possuem interesse em abrir operações no exterior.

5. INFORMAÇÕES GERAIS DO CURSO

O curso será conduzido em 4 (quatro) dias, com intervalo de uma semana, em formato híbrido, com aulas presenciais e on-line, ministradas ao vivo, com interação em tempo real.

Datas e horários:

Dias das aulas: 06, 07, 13 e 14 de novembro de 2023, das 9h às 17h30.

Obs.

- Dia 06 de novembro haverá uma abertura às 8h30 e dias 07, 13 e 14 de novembro haverá uma introdução às 8h45.

5.1. LOCAL DO CURSO

Endereço:

ESPM Tech - R. Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana, São Paulo - SP, 04015-013.

Os participantes que optarem pela modalidade EAD receberão link e instruções para acesso oportunamente.

5.2. QUANTIDADE DE VAGAS

40 vagas

5.3. CARGA HORÁRIA

32 horas de aulas, com duração de 4 dias – com intervalo de uma semana entre 1ª e 2ª etapa.

Obs. 2 horas de workshop, com participação opcional, não incluídas no certificado.

5.4. INVESTIMENTO

Valores por quantidade de participantes por empresa:

R\$ 1.100 para um participante,

R\$ 1.800 para dois participantes de uma mesma empresa; ou

R\$ 2.400 para três participantes de uma mesma empresa.

Estes valores são subsidiados pela Apex-Brasil.

A forma de pagamento é em parcela única, via boleto bancário.

5.5. METODOLOGIA

Serão utilizadas estratégias que permitam a discussão de conceitos, modelos, ferramentas, assim como sua aplicação, permitindo uma construção lógica e sequencial a cada bloco apresentado aos participantes. Haverá, em alguns casos, a necessidade de leitura prévia de material e preparação de análises buscando o máximo de aproveitamento possível e de otimização dos recursos.

6. PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

Para concorrer a uma vaga na capacitação em Marketing Internacional Digital - 2ª Edição 2023, a empresa deve preencher **Formulário de Inscrição** via internet até o dia **16 de outubro de 2023**.

A Apex-Brasil não se responsabiliza por eventuais falhas de ordem técnica ocorridas no envio da inscrição.

6.1. ANÁLISE DA APEX-BRASIL

Em razão dos objetivos do curso e do limite de vagas disponíveis, a Apex-Brasil selecionará as empresas inscritas, conforme análise dos seguintes critérios de cada empresa:

- Participação do Atendimento Customizado oferecido pela Apex-Brasil no âmbito do Programa de Internacionalização de Empresas;
- Possuir operações no exterior;
- Participação em Missões de Internacionalização de Empresas oferecidas pela Apex-Brasil no âmbito do Programa de Internacionalização de Empresas;
- Participação em outras soluções oferecidas pela Apex-Brasil no âmbito do Programa de Internacionalização de Empresas (Workshops, seminários e webinars);
- Possuir experiência Internacional (Receita Internacional, participação em ações internacionais de promoção de negócios e participação em projetos setoriais da Apex-Brasil);

Adicionalmente, os participantes devem atender ao perfil definido acima para o público-alvo da capacitação. Poderão ser solicitadas informações adicionais acerca do perfil da empresa.

A Apex-Brasil se compromete e se obriga a utilizar as informações que lhe forem reveladas exclusivamente para os propósitos da seleção para a participação da capacitação, mantendo sempre estrito sigilo acerca de tais informações.

6.2. ENVIO DA CONFIRMAÇÃO PRÉ-SELEÇÃO

As empresas serão comunicadas formalmente sobre o resultado da seleção, via e-mail utilizado para o cadastro da inscrição, pela Apex-Brasil, até o dia **23 de outubro de 2023**.

6.3. RECEBIMENTO DO TERMO DE ADESÃO

A empresa que tiver inscrição deferida pela Apex-Brasil deverá, **obrigatoriamente**, enviar o Termo de Adesão preenchido e assinado pelo responsável legal da empresa para a Apex-Brasil, via e-mail, até o dia **25 de outubro de 2023**.

A inscrição somente será efetivada após o recebimento deste Termo. O não recebimento deste Termo no prazo estipulado significará o cancelamento da inscrição da empresa e a consequente liberação da vaga para outra empresa interessada.

O anexo I contém o Termo de Adesão que deverá ser preenchido e entregue após a confirmação da pré-seleção da empresa, conforme cronograma apresentado.

6.4. CONFIRMAÇÃO FINAL

As empresas serão comunicadas formalmente sobre o resultado final, via e-mail utilizado para o cadastro da inscrição, pela Apex-Brasil, até o dia **28 de outubro de 2023**.

6.5. PARTICIPAÇÃO NO CURSO

Os inscritos das empresas aprovadas na etapa 6.5 deverão comparecer as aulas nos dias das aulas: 06, 07, 13 e 14 de novembro de 2023, das 9h às 17h30.

ATENÇÃO: será concedido o certificado conforme a presença física ou on-line em 75% das aulas.

O não comparecimento no curso poderá inviabilizar futuras participações em ações apoiadas/realizadas pela Apex-Brasil.

6.6. ENVIO DO BOLETO BANCÁRIO

A data prevista para envio do boleto bancário é até **30 de novembro de 2023**. A empresa deverá realizar o pagamento até o vencimento (30 dias após a data de emissão do boleto).

6.7. PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO

Após a realização do curso, os participantes deverão preencher o formulário de avaliação fornecido pela Apex-Brasil.

O não preenchimento do formulário poderá inviabilizar futuras participações da empresa em ações apoiadas/realizadas pela Apex-Brasil.

6.8. RECEBIMENTO DO CERTIFICADO

O certificado será via e-mail de cadastro da inscrição, para os participantes com presença mínima (física ou on-line) em 75% das aulas, até **30 de dezembro de 2023**.

7. ESTRUTURA DO CURSO

O curso será conduzido em 4 (quatro) dias, em duas semanas subsequentes, em formato híbrido. As aulas serão presenciais e mediadas por tecnologia para os participantes que não puderem comparecer ao campus da ESPM Tech. As aulas serão ministradas ao vivo, com interação em tempo real. As etapas do fluxo da construção do Plano de Marketing Internacional, a partir da convergência com os temas tratados em cada módulo, segue a lógica da Figura 1.

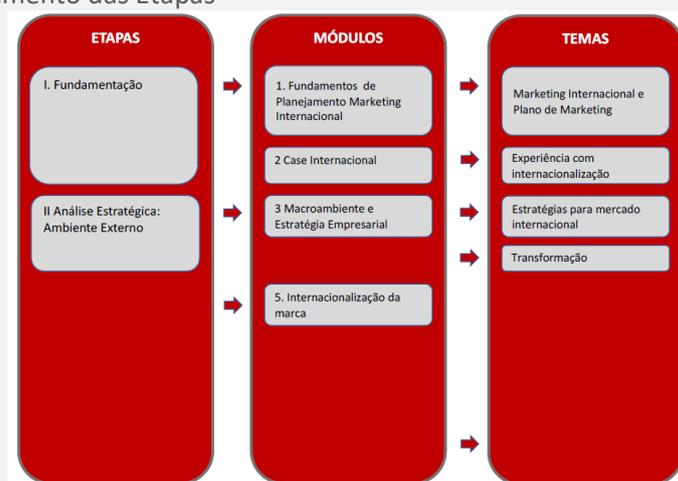
Figura 1 - Etapas do fluxo da Capacitação



Fonte: ESPM, 2023

Para que o fluxo da Capacitação seja percorrido com sucesso, os temas apresentados na Figura 2 serão tratados de maneira sequencial, propiciando a construção lógica e incremental do conhecimento e do aprimoramento das habilidades dos participantes.

Figura 2 - Detalhamento das Etapas



Fonte: Autor, 2023

PEA – Plano de Ensino e Aprendizagem

1. Fundamentos do Planejamento de Marketing Internacional (Reynaldo Cunha)

Objetivos

Introdução ao tema Marketing Internacional e Planejamento de Marketing com ênfase em ações Digital.

Conteúdo Programático

Escopo do Marketing Internacional e a estrutura de um Plano de Marketing Digital Internacional.

2. Case Internacional (Rhaony Diniz - Chilli Beans)

Objetivos

Tangibilizar os desafios da internacionalização digital.

Conteúdo Programático

Casos reais de internacionalização de empresas com o apoio de ferramentas digitais.

3. Macroambiente e Estratégia Empresarial (Elton Brasil)

Objetivos

Entender as variáveis externas e como impactam nas decisões de internacionalização e do marketing digital.

Conteúdo Programático

Construção de cenários sob a ótica do ambiente digital.

4. Análise da Transformação do Ambiente de Negócios (Sérgio Santos)

Objetivos

Entender o impacto da Transformação Digital na ótica do consumo e da gestão empresarial.

Conteúdo Programático

Novas dinâmicas do mercado em um ambiente em transformação.

5. Shopper e Consumer Insight (Sergio Garrido)

Objetivos

Conhecer ferramentas de identificação de clientes e problemas com ênfase em jornada do consumidor digital.

Conteúdo Programático

Compreender o conceito de tendências e a abordagem de pesquisa e inovação em Consumer Insights. Saber utilizar as ferramentas de identificação e análise de tendências para mapear o comportamento do comprador digital.

6. Digital Analytics (Willians Bayczar)

Objetivos

Conhecer aplicações da inteligência digital, desenvolvendo capacidades para tomar decisões baseada em dados que promovam a competitividade das empresas.

Conteúdo Programático

Ferramentas de análises digitais. Recursos de captura e análise de dados.

7. Omnichannel: tendências e diagnóstico (Murillo Boccia)

Objetivos

Entender como criar experiências de compra integradas. Avaliar a sinergia entre canais tradicionais e digitais.

Conteúdo Programático

Conceito de omnicalidade. Integração de canais tradicionais e digitais (brick and click).

8. E-commerce: implantação e gestão (Jaércio Barbosa)

Objetivos

Preparar empresar para utilização e melhor gestão do e-commerce.

Conteúdo Programático

Implantação e gestão de e-commerce. Casos de sucesso.

9. Search Engine Marketing (Willians Bayczar)

Objetivos

Proporcionar uma visão estratégica e integrada da busca paga e orgânica.

Conteúdo Programático

Busca orgânica. Produção de conteúdo e relacionamento com o meio digital. Google Ads. Estruturação, segmentação e implementação de campanhas.

10. Digital Branding (Marcos Machado)

Objetivos

Entender as práticas fundamentais de branding, a evolução da construção e manutenção de marcas, e seu relacionamento com o ambiente digital

Conteúdo Programático

Internacionalização da marca. Adaptação ao ambiente digital. Branding.

11. Content e Inbound Marketing (Soraia Lima)

Objetivos

Conhecer os conceitos de marketing de conteúdo e inbound marketing.

Conteúdo Programático

Modelos de produção e as etapas de planejamento de conteúdo. Entender recursos multimídias de forma integrada.

12. Mídias Sociais Globais (Renata Benigna)

Objetivo

Compreender as tendências, estratégias e técnicas de utilização de mídias sociais com enfoque global.

Conteúdo Programático

Ferramentas e estratégias de mídias sociais.

13. Planejamento e Mídia Digital (Gustavo Cavalheiro)

Objetivo

Compreender as principais etapas do planejamento de Mídia digital.

Conteúdo Programático

CIM com enfoque digital para mercados globais.

14. Plano de Marketing Internacional com ênfase em ações digitais (Sydney Manzione)

Objetivo

Aplicar o conteúdo da capacitação na construção de um Plano de Marketing Internacional com ênfase em ações digitais.

Conteúdo Programático

Dinâmicas para a construção do Plano de Marketing Internacional

15. Shark Tank (Reynaldo Cunha e Sydney Manzione)

Objetivo

Apresentação dos Planos elaborados pelos participantes, com foco em um determinado país de escolha.

Conteúdo Programático

Apresentação em formato de Elevator Pitch. Feedback dos avaliadores.

8. COORDENADORES E PROFESSORES

Reynaldo Dannecker Cunha – Coordenador do Curso e Professor

Doutor em Administração na ESPM - Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional, com pesquisa voltada à área de Marketing Internacional e à internacionalização de micro e pequenas empresas. Com ampla experiência nacional e internacional na área de Marketing, como professor em disciplinas de Marketing de cursos de Graduação em Administração, Comunicação e Relações Internacionais da Escola Superior de Propaganda e Marketing e em Pós-Graduação pela mesma IES. Bacharel em Comunicação com ênfase em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1989). Mestrado em Administração com ênfase em Gestão Internacional (2012). Pós-Graduado em Administração com ênfase em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas-SP (1999). Ampla experiência como executivo de Marketing & Vendas no Grupo Amil, OdontoPrev, Amil International e como Consultor de empresas como Ultragaz, Cia. Müller de Bebidas e SEBRAE.

Elton Brasil de Souza

Mestre em Administração de Empresas (UMESP), MBA Executivo Internacional (FIA-USP), Especializado em Administração Industrial (Poli-USP) e Licenciado em Matemática (USJT e FAI). Mais de 26 anos de atuação em carreira executiva como Gerente Corporativo de Projetos e Processos no Grupo Cruzeiro do Sul Educacional, Gerente Executivo da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), Gerente de Planejamento Estratégico em pós-vendas na General Motors e em diversas funções na AmBev, Grupo Antarctica e Unibanco. Dez anos de atuação em consultoria e treinamento em gestão integrada, processos de negócio e marketing pela EBS Consulting; e mais de 20 anos de atuação como professor de cursos de MBA Executivo e pós-graduação lato sensu – ESPM, FIA, FEI, Mauá, Mackenzie, UNIMEP, UESP, UNIP e UMC.

Gustavo Cavalheiro

Publicitário com 29 anos de experiência em agências e empresas, Trend Forecaster – Insight Manager e Gerente de Pesquisa e Inteligência no grupo CRANE.is. Mestre e Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUCSP, com estágio-sanduíche na Universidade de Coimbra (Portugal). Professor há 13 anos, orientou mais de 100 trabalhos de conclusão de curso, participou de mais de 35 bancas de avaliação, membro de Núcleos docentes e Colegiados de várias Faculdades/Universidades e conta com dezenas de artigos publicados e apresentados em congressos nacionais e internacionais. Professor da pós-graduação Empresarial em Comunicação e Mídias Digitais da ESPM-SP e dos cursos de graduação e pós da faculdade italiana, Istituto Europeo di Design (IED-SP), e da pós em Branding do IED-Rio. Leciona disciplinas de Comunicação, Gestão e Design, atuou em outras 5 Instituições de Ensino Superior e ministrou cursos nas empresas DigitalHouse e Tera.

Jaércio Alex Silva Barbosa

Doutor pela FEA/USP, Mestre em Administração de Empresas pela EAESP/FGV é formado em Administração de Empresas pela Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, com pós-graduação em Gestão Estratégica pela Universidade de Miami. Coordenador Geral de Cursos da ESE (Escola Superior de Empreendedorismo SEBRAE-SP) é professor da FIA nas disciplinas de Estratégia e Marketing e da ESPM nas disciplinas de Marketing Digital e Negócios Digitais. Ocupou posições executivas em diversos segmentos como: Telecomunicações, Varejo, Financeiro, Tecnologia de Informação e Consultoria. Empreendedor, estruturou e vendeu diversas empresas para grandes grupos nacionais e internacionais. É ganhador de diversos prêmios acadêmicos e de mercado como Top de Marketing (ADVB), Prêmio Henry Ford de Conservação Ambiental (Ford Brasil e Conservation Internacional) e FENEAD I e II (Instituto C&A, Itaú e Fundação Kellog), autor de diversos livros e artigos sobre estratégia e marketing é Sócio-Diretor da Consultoria Próximos Passos Estratégia e Marketing.

Marcos Machado

Formado em Administração de Empresas pela FGV e Direito pela USP. Pós-Graduado em Marketing pela ESPM e Doutor em Administração pela FEA/USP. Professor de Branding nos MBAs da ESPM, FIA, FDC-Fundação Dom Cabral, EINSTEIN e BSP-Business School São Paulo. Sócio-Diretor da TopBrands Consultoria de Branding. Coautor do livro Gestão Estratégica de Marcas (edição brasileira de Strategic Brand Management de Kevin Keller).

Murillo Boccia

Murillo é advisor de empresas, educador e empreendedor. Nos últimos 10 anos, foi Diretor Digital da Natura&Co Latam e ajudou a transformar um negócio de Venda Direta em um Grupo Multicanal/Omnicanal. No Grupo, liderou o processo de Transformação Digital da empresa e a implementação do comércio eletrônico nos países da LATAM. Fundou a Digi&Tal em 2022, empresa com foco em capacitação em canais digitais. É professor na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), onde coordena o MBA Executivo. Economista e possui um mestrado em Administração de Empresas pela Universidade de São Paulo, com especialização em Dados e Análises pela Harvard Business School.

Renata Benigna Gonçalves

Profissional com 18 anos de experiência em e-commerce, comunicação digital, mídia online e mídia offline, tendo atuado em empresas como NET, Claro e Visa. Doutoranda em Administração e Mestrado em Comportamento do Consumidor pela ESPM e Graduação em Engenharia Civil pela UNIP. Professora da ESPM nas disciplinas de Marketing Digital, Redes Sociais e Mídias Sociais, Marketing de Conteúdo, Mídia Online e Trabalho de Conclusão de Curso.

Sergio Garrido Moraes

Doutor e Mestre em Administração (Gestão Internacional) pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo. Possui Especialização em Pesquisa de Mercado, Mídia e Opinião pela ESPM/IBOPE e Graduação em Administração de Empresas pela EAESP/FGV. Atuou profissionalmente na Nielsen, Danone, Levis, e curso de Moda na Universidade Anhembi Morumbi. Atualmente presta consultoria em branding e ministra cursos livres pela Brand Image, e é professor da ESPM, no curso de graduação em Administração e na Pós-Graduação lato sensu (presencial e online). Docente e pesquisador nos temas: pesquisa de mercado, marketing internacional, comportamento do consumidor, consumer dispositions e gerações.

Sérgio Santos

Formado em Administração de Empresas e Mestre em Comportamento do Consumidor pela FEAUSP. Especialista em Estratégias para Transformação Digital e Branding e CEO da XPotential Brasil, branch da consultoria inglesa especializada em estratégia de negócios, projetos para transformação digital, marketing e vendas. Larga experiência como executivo e consultor de Marketing e Vendas. Foi diretor de Marketing (Brasil e América Latina) em grandes empresas multinacionais de produtos e serviços como Brastemp, Philips e HSM. Professor, Facilitador e Coordenador Acadêmico de cursos de MBA e In-Company na ESPM e professor convidado na FIA, Fundace-USP e na Fipe. Colunista de Transformação Digital na BandNews FM. Curador e palestrante da trilha de Transformação Digital da SP-SMW (São Paulo Social Media Week-2019), maior evento de social media do mundo. Criador e curador da ESPM Executive Week. É coautor do Livro Como empreender e aprender com seus erros lançado em 2019 e membro do coletivo Empreendedores Compulsivos.

Soraia Lima

Soraia Lima é jornalista pela Cásper Líbero, mestre em Ciências da Comunicação e doutora em Ciência da Informação pela ECA-USP. Já atuou como gerente de insights na Wunderman Thompson, coordenadora de comunicação digital no Grupo Printer, community manager do Scup, e jornalista na Editora Aranda. Nessas empresas, teve a oportunidade de trabalhar com marcas como Google, Honda, Toyota, Hershey's e P&G. Atualmente, presta serviços como gerente de projetos na Publicis. Além da experiência profissional, possui mais de dez anos de experiência ministrando cursos de graduação e pós-graduação em instituições de Ensino Superior, como ESPM, USP, FAAP, Mackenzie, PUC-SP, FGV, ESPM e Faculdade Cásper Líbero.

Sydney Manzione

Formado em Administração de Empresas pela FGV, pós-graduado em Marketing e Planejamento pela PUC, mestre em Ciências da Comunicação pela ECA – USP e doutor em Ciências da Comunicação pela ECA – USP. Professor de Marketing Estratégico, Marcas e Produtos e Pesquisa de Marketing do curso de Pós-Graduação e MBA da ESPM, FIPE. Como executivo trabalhou nas empresas ACNielsen, como responsável por marketing e atendimento; IMS, como diretor de marketing para América Latina; Copernicus, como diretor de atendimento; Resolve, como diretor de consultoria; Televisão Cidade, como diretor de marketing, além de empresas como Abril e Grupo Fenícia. Autor do livro Marketing para o Terceiro Setor (Novatec), coautor do livro CRM – Conceitos e Estratégias (Atlas), e do artigo Comunicação e Meio Ambiente no livro Um Sensível Olhar (Summus), além de diversos artigos em variadas publicações. Assinou coluna de marketing no caderno de negócios da Folha de São Paulo.

Willians Bayczar

Mestrando em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM, pós-graduado em Administração de Empresas pela FGV e bacharel em Publicidade e Propaganda pela USCS, está na área de marketing digital (SEO, Performance Media, CRO e Digital Analytics) há 15 anos. Trabalhou com SEO nos sites da adidas e Reebok da América Latina, e para empresas de outros segmentos, como Zap Imóveis, Walmart, Schutz, entre outras. Foi gerente de marketing digital na Whirlpool (Brastemp, Consul e KitchenAid) durante 6 anos e foi jurado do Prêmio Digi do IAB Peru em 2016. Atualmente, é professor e membro de banca examinadora de TCCs de pós-graduação, Master e MBA na ESPM, além de palestrante e consultor de marketing digital.

Neusa Santos de Souza Nunes - Gestora do Curso

Doutora e Mestra em Administração (Gestão Internacional) pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo. Possui Especialização em Marketing e Graduação em Ciência Econômica pelo Mackenzie. Atuou profissionalmente no Agência Estado, Gazeta Mercantil, Prosegur e Natura Cosméticos. Atualmente é professora em tempo integral na ESPM, nos cursos de graduação em Design, Ciências Sociais e do Consumo e Cinema, sendo membro do NDE – Núcleo Docente Estruturante do Curso, e atua na ESPM in Company como gestora nas parcerias da ESPM com a Apex Brasil. Docente e pesquisadora nos temas: economia criativa e internacionalização.

9. INFORMAÇÕES ÚTEIS

9.1. Sugestão de hospedagem

Hotel Comfort Nova Paulista

Endereço: Rua Vergueiro, 2740 - Vila Mariana, São Paulo - SP, 04102-001 Telefone: (11) 2197-7600

- O Hotel oferece um desconto para os alunos da ESPM.

9.2. Local do curso:

ESPM Tech

Endereço: R. Joaquim Távora, 1240 - Vila Mariana, São Paulo - SP, 04015-013. [Telefone: \(11\) 5081-8200](tel:(11)5081-8200)

- A unidade está localizada há de 22 minutos de carro do Aeroporto de Congonhas.
- A Estação Ana Rosa do metro é a mais próxima há cerca de 10 minutos a pé.
 - No local há estacionamento terceirizado com diária de R\$ 54,00.

ANEXO I

TERMO DE ADESÃO PARA PARTICIPAÇÃO NO CURSO DE MARKETING INTERNACIONAL DIGITAL – 3ª
Edição 2023 - Datas: 06, 07, 13 e 14 de novembro de 2023

1. Dados da Instituição:

Razão Social:	
Endereço:	
CNPJ:	E-mail:
Inscrição estadual:	Fax:
Telefone:	Celular:
Dados para Emissão da Nota Fiscal:	
Representantes Legais*: Sr.(a): Cargo: RG nº: CPF nº: Sr.(a): Cargo: RG nº: CPF nº: * A instituição reconhece que o(s) representante(s) legal(is) acima referido(s) possui(em) plenos poderes de representação para os fins desta contratação, assumindo, para todos os fins legais, quaisquer responsabilidades decorrentes da assinatura deste Formulário, incluindo aceitação dos Termos e Condições.	
Contato Financeiro: Sr.(a): Cargo: Telefone: E-mail:	
Contato Geral: Cargo: Sr.(a): Telefone: E-mail (1): E-mail (2):	

2. Participantes

Participante 1:

Sr.(a):

Cargo:

Telefone:

E-mail:

Modalidade: 100% Online 100% Presencial – Instalações ESPM Tech - Vila Mariana – SP
 Parcialmente Presencial. Indique quais dias: _____

Participante 2:

Cargo:

Sr.(a):

Telefone:

E-mail :

Modalidade: 100% Online 100% Presencial – Instalações ESPM Tech - Vila Mariana – SP
 Parcialmente Presencial. Indique quais dias: _____

Participante 3:

Cargo:

Sr.(a):

Telefone:

E-mail:

Modalidade: 100% Online 100% Presencial – Instalações ESPM Tech - Vila Mariana – SP
 Parcialmente Presencial. Indique quais dias: _____

3. Valor pago (REAIS) por adesão à capacitação

- 1 participante – R\$ 1.100,00
 2 participantes – R\$ 1.800,00
 3 participantes – R\$ 2.400,00

4. Forma de Pagamento: (preenchimento pela Apex-Brasil)

Boleto Bancário – Parcela Única.

A data prevista para envio do boleto bancário é até 31 de novembro de 2023. A empresa deverá realizar o pagamento até o vencimento (30 dias após a data de emissão do boleto).

5. Condições de Participação:

1. A inscrição será efetivada somente após a assinatura e ciência nos termos e condições de participação.
2. O preenchimento e envio deste Formulário de Adesão pelo(s) representante(s) legal(s) da Instituição implica a aceitação plena dos **TERMOS E CONDIÇÕES GERAIS – SERVIÇOS APEX-BRASIL - Capacitações para internacionalização**, enviado por e-mail e disponível em <http://www.apexbrasil.com.br/transparencia> e do regulamento do curso disponível na inscrição e enviado por e-mail

6. Termo de Uso e Proteção de Dados:

6.1. Em atenção à legislação brasileira sobre proteção de dados e/ou legislação internacional eventualmente aplicável, o cliente autoriza a APEX-BRASIL, em decorrência do presente formulário, a ter acesso, utilizar, manter e processar, eletrônica e manualmente, informações pessoais e dados coletados pela APEX-BRASIL ou prestados pelo cliente (“Dados Protegidos”), compatíveis com as finalidades do presente formulário, ação / produto ora aderido, inclusive, para fins informativos e de publicidade. A APEX-BRASIL utilizará tais dados para administração, gestão, execução e coordenação com parceiros da ação apresentada. Sendo o caso, também os utilizará para a comunicação e pesquisas junto ao cliente, restritas às atividades / informações concernentes ao objeto pactuado e/ou a outros produtos / serviços prestados pela APEX-BRASIL, que tenham aderência ao perfil do cliente (segmentação estratégica).

6.2. A APEX-BRASIL excluirá as informações pessoais protegidas nos seguintes casos: (i) cancelamento do cadastro; ou (ii) solicitação de eliminação de informações pessoais protegidas.

6.2.1. Como exceção, a APEX-BRASIL não eliminará as informações pessoais protegidas em caso de interesse legítimo ao respectivo uso. Por exemplo, a APEX-BRASIL poderá reter as informações pessoais protegidas, tais como e-mail, identificador do aparelho, identificadores (“hashes”) de operações financeiras, para fins de: (i) resolução de disputas; (ii) cumprimento de instrumentos jurídicos; ou (iii) para satisfazer requerimentos ou requisições legais advindas das autoridades competentes. Nesses casos, as informações pessoais protegidas não poderão ser usadas para qualquer outro fim que não os aqui especificados. Para fins de exercício de seus direitos (Art. 18, da Lei nº 13.709/2018) ou se tiver alguma dúvida, entre em contato conosco através do e-mail dpo@apexbrasil.com.br.

6.3. Além disso, se for um utilizador dos nossos sites ou outros produtos e serviços, as informações pessoais tratadas serão recolhidas, processadas e armazenadas diretamente ou indiretamente pela APEX-BRASIL e/ou fornecedores de produtos ou serviços / entidades parceiras da Agência, também submetidos aos mesmos padrões de proteção e segurança de dados, conforme previsto na legislação. Ademais, tais informações poderão ser transferidas para os nossos servidores no Brasil ou de outros países onde a APEX-BRASIL mantenha filial ou negócios.

6.3.1. Independentemente de onde as informações estão localizadas, a APEX-BRASIL toma as medidas responsáveis para proteger, nos limites da razoabilidade, os seus direitos de privacidade, baseando-se primordialmente nos princípios que regem a legislação de proteção de dados, especialmente no seu consentimento expresso e na legitimidade de interesse do uso. Se não concordar com a coleta, o processamento, o armazenamento e a transferência das suas informações, não forneça as informações quando forem solicitadas e interrompa o uso dos nossos sites e outros produtos e serviços.

6.4. O representante legal se compromete, em nome da empresa aderente, a não fornecer à Apex-Brasil qualquer dado pessoal que esteja desamparado do consentimento expresso do respectivo titular; do legítimo interesse do operador/controlador; ou não inserido nas exceções legalmente previstas.

Local e Data:

Nome

Cargo

REPRESENTANTE LEGAL

Testemunhas

Nome

RG

CPF

Nome

RG

CPF