



# Experimentos, Modelagem em Marketing e Growth Hacking

O plano de ensino poderá sofrer alterações por parte do professor.

INSTITUTO BRASILEIRO  
DE ENSINO,  
DESENVOLVIMENTO E  
PESQUISA

PROGRAMA DE  
MESTRADO EM  
COMUNICAÇÃO DIGITAL

Carga Horária: 36h  
Créditos: 02  
Categoria: Optativa

## Ementa

A disciplina objetiva proporcionar uma compreensão abrangente sobre a técnica e prática de Growth Hacking por meio de experimentos e modelagens em marketing, com estudos de caso e dissertações sobre o tema. Com uma abordagem multidisciplinar focada em *cases* de mercado, trata dos princípios fundamentais do Growth Hacking para crescimento de empresas. No processo de hacking, explora os tópicos de aquisição, ativação, retenção e monetização, visando ao aumento da base de clientes e receitas, fundamentando-se em aprendizado e experimentação constantes com base em dados.

## Objetivos de aprendizagem

- Compreender as principais estratégias e técnicas de Growth Hacking para o crescimento de empresas;
- Desenvolver habilidades críticas e analíticas de cenários de marketing para a adoção de hackings de aquisição, ativação, retenção e monetização;
- Preparar discentes para a pesquisa acadêmica e a realização de experimentos e modelagens em marketing com foco em crescimento.

## Módulo I – Composto por um encontro remote e três presenciais

### Tópicos

- INTRODUÇÃO AO GROWTH HACKING
  - A noção de Growth Hacking, diferenças para o marketing tradicional, montagem de equipes de growth
- MÉTODOS DE GROWTH HACKING
  - Must-have product e pesquisa must-have, momento AHA
  - Alavancas de crescimento e métricas
  - Relatórios e testes
  - Discussão de casos

### Leituras obrigatórias

ELLIS, S.; BROWN, M. **Hacking growth**: a estratégia de marketing inovadora das empresas de crescimento. São Paulo: HSM, 2017.

### Leituras recomendadas

COLLAÇO, I. C. Growth Hacking: análise das configurações e relações entre dimensões associadas à implementação do Growth Hacking em empresas. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Estadual de Santa Catarina. Florianópolis, p. 126, 2020. Disponível em: <https://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/000083/00008352.pdf>

SANTANA, M. B. de. O incremento de clientes e as ações de growth hacking em startups no Recife: sintonia e evolução. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, CCSA. Pernambuco, p. 135, 2020. Cap. 3.  
[https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/48621/1/\\_DISSERTA%c3%87%c3%83O%20Mar%c3%adlia%20B%20arreto%20de%20Santana.pdf](https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/48621/1/_DISSERTA%c3%87%c3%83O%20Mar%c3%adlia%20B%20arreto%20de%20Santana.pdf)

SIQUEIRA, J. G. Um estudo exploratório para analisar o impacto da utilização do Growth Hacking em ambientes de participação eletrônica. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia da Computação) - Universidade Federal de Itajubá. Itajubá, p. 97, 2018. Disponível em:  
[https://repositorio.unifei.edu.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/1844/dissertacao\\_2018154.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unifei.edu.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/1844/dissertacao_2018154.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Módulo II – Composto por um encontro remote e três presenciais

### Tópicos

- HACKING DE AQUISIÇÃO E ATIVAÇÃO
- RETENÇÃO, MONETIZAÇÃO E CRESCIMENTO



- Hacking de retenção
- Hacking de monetização
- Ciclo virtuoso de crescimento

#### Leituras obrigatórias

ELLIS, S.; BROWN, M. **Hacking growth**: a estratégia de marketing inovadora das empresas de crescimento. São Paulo: HSM, 2017.