

# ÍNDICE

<i>HUMANTECH MARKETING</i> (2030) .....	11
A REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA CAPA, SEGUNDO OS SEUS AUTORES ....	15
PRÓLOGO .....	21
1. INTRODUÇÃO. <i>HUMANTECH MARKETING</i> : O MARKETING MOLECULAR E HUMANO .....	25
2. A TECNOLOGIA AO SERVIÇO DO MARKETING E DA HUMANIDADE .....	35
A. A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL .....	35
B. TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS .....	58
2.0. Ambiente Tecnológico e de Mercado .....	58
2.1. Inteligência Artificial. <i>Machine Learning</i> . <i>Deep Learning</i> .....	64
2.2. Realidade Virtual, Realidade Aumentada, Realidade Mista .....	77
2.3. Robótica e <i>Chatbots</i> .....	80
2.4. <i>Internet-of-Things</i> (IoT) .....	82
2.5. <i>Blockchain</i> .....	86
2.6. Comunicações Móveis: a Caminho do 6G .....	90

2.7. Drones .....	92
2.8. Impressão 3D e 4D.....	94
2.9. <i>Smart Wearable Devices</i> .....	96
2.10. <i>Internet-of-Senses</i> .....	102
2.11. <i>Brain Computer Interfaces. Internet-Of-Brains</i> .....	105
2.12. Gamificação .....	107
2.13. <i>Web 3.0. Web 4.0</i> .....	109
2.14. Computação Quântica .....	114
2.15. <i>No Code</i> .....	115
2.16. Da Indústria 1.0 à Indústria 5.0: Inovação, Disrupção e Sustentabilidade e seu impacto no Marketing.....	116
2.17. Computação neuromórfica .....	121
3. GERIR O <i>HUMANTECH MARKETING</i> :	
TEMAS DO PRESENTE E DO FUTURO .....	123
3.1. Marketing Experiencial .....	134
3.2. <i>Data-Driven Marketing</i> .....	137
3.3. O fim dos <i>Third-Party Cookies</i> .....	140
3.4. A Gestão Dinâmica da Relação com os Clientes. Redefinição do funil de Marketing .....	141
3.5. Ética, Privacidade, Responsabilidade e Propósito .....	143
3.6. <i>Bot-Optimized Marketing</i> .....	145
3.7. <i>Business-to-Experience</i> .....	146
3.8. Fábricas Inteligentes.....	147
3.9. Cidades Inteligentes .....	148
3.10. Marketing Contextual .....	155
3.11. Marketing Sensorial .....	157
3.12. Marketing Sustentável .....	161
3.13. Marketing Biométrico .....	167
3.14. Marketing Ágil ( <i>Agile Marketing</i> ) .....	171
3.15. Marketing Conversacional .....	174
3.16. Gestão da Marca no Contexto <i>Onlife</i> . Marcas Descentralizadas .....	176

3.17. Marketing de Influência .....	178
3.18. A Economia dos Criadores .....	181
3.19. Novas Formas de Comunicação e Envolvimento .....	182
3.20. <i>Social Commerce</i> .....	189
3.21. <i>Hyperlocal Marketing. Geofencing</i> .....	192
3.22. Metaverso. <i>Non-Fungible Tokens. Direct-to-Avatar</i> .....	192
3.23. Futuro do Retalho: de Espaço Comercial a Local de Entretenimento .....	212
3.24. Liderar com Empatia, Foco e Envolvência .....	219
3.25. Síntese do <i>Humantech Marketing</i> .....	220
 4. NOTAS FINAIS .....	 223
 HOMENAGEM E GRATIDÃO PESSOAL .....	 227
BIBLIOGRAFIA .....	229
ELOGIOS .....	233