

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Videogames



tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Videogames

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/videogame/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-gestao-empresas-videogames

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 38

06

Metodologia

pág. 52

07

Certificado

pág. 60

01

Apresentação

A gestão de uma empresa dedicada ao setor de videogames envolve várias tarefas e objetivos a serem cumpridos. Há muitos fatores a serem considerados, tais como as técnicas de marketing a serem utilizadas, o conhecimento de programas específicos ou as habilidades necessárias para liderar uma equipe. Por esta razão, este programa de estudos visa capacitar os profissionais nestas tarefas através de uma metodologia acadêmica mais vanguardista. Graças a isso, o estudante adquirirá qualidades valiosas e essenciais para a gestão de empresas digitais ou de videogames.



“

Com este Mestrado Próprio, o caminho para o sucesso será mais fácil graças às ferramentas que você adquirirá na alta administração de empresas de videogames”

As empresas dedicadas à criação de videogames estão em plena expansão. É um mercado emergente, que tem muitos compradores em todo o mundo, por isso a demanda dentro dele está aumentando. A gestão dentro destes tipos de empresas requer um conjunto de habilidades a serem desenvolvidas que impulsionarão a empresa para o sucesso de vendas.

Por esta razão, estar à frente da gestão da empresa é tanto uma grande quanto uma imponente responsabilidade. É importante conhecer todos os aspectos do setor, para que todos esses aspectos possam ser investigados e constantemente melhorados, a fim de obter resultados finais de qualidade.

O MBA em Gestão de Empresas de Videogames foi elaborado para servir como um guia para profissionais que desejam desenvolver uma carreira na gestão de empresas envolvidas na área de videogames. Através de um conteúdo claro e contundente, o profissional alcançará as competências necessárias para o desenvolvimento das tarefas do cargo.

Com uma metodologia online, este curso é a opção perfeita para aqueles que desejam combinar seus estudos com seu trabalho ou sua vida pessoal. A TECH aplica o *Relearning*, uma técnica de aprendizagem com eficácia comprovada. Isso consiste na repetição de conceitos-chave por parte do professor, a fim de desenvolver uma aprendizagem contínua.

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas de Videogames** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Gestão de Empresas de Videogames
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático oferece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Contém exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Torne-se uma referência em um dos setores mais avançados do momento"

“

As empresas digitais e de videogames estão em plena expansão, devido ao rápido crescimento da tecnologia. Participe desta revolução ao estudar na TECH"

O corpo docente do curso conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Ensinar como administrar empresas de sucesso é um dos principais objetivos deste programa de estudos.

Com nossa metodologia online, você poderá organizar seu tempo de estudo de forma prática e eficiente.



02

Objetivos

O objetivo deste MBA em Gestão de Empresas de Videogames da TECH é orientar o profissional nos pilares fundamentais da gestão estratégica da empresa. Este curso conta com um programa de estudos com todos os conceitos-chave para compreender e executar um plano estratégico que serve como referência para uma correta coordenação e execução do trabalho entre os membros da equipe. Portanto, o profissional que completar este programa de estudos chegará ao final com os conhecimentos adequados para desenvolver seu papel no local de trabalho.





“

*Conduza uma equipe em direção
ao mesmo objetivo: o sucesso”*



Objetivos gerais

- ◆ Gerar estratégias para a indústria
- ◆ Compreender em profundidade e conceber projetos de videogames
- ◆ Conhecer em profundidade as tecnologias emergentes e as inovações no setor
- ◆ Desenvolver estratégias orientadas a videogames
- ◆ Dominar as áreas funcionais das empresas do setor de videogame
- ◆ Aprender em detalhes como desenvolver estratégias de Marketing e vendas
- ◆ Aprender de forma abrangente como criar empresas orientadas para o mercado de videogames
- ◆ Conhecer em profundidade o impacto na gestão de projetos e liderança de equipes





Objetivos específicos

Módulo 1. Estratégia em Empresas Digitais e Videogames

- ◆ Conhecer o contexto e os componentes da estratégia empresarial focada na indústria de videogames

Módulo 2. Direção de Empresas de Videogames

- ◆ Aprender em detalhes toda a estrutura da cadeia de valor da indústria e adquirir as habilidades necessárias para a gestão das diferentes organizações do setor

Módulo 3. Marketing Digital e Transformação Digital de Videogames

- ◆ Identificar e saber desenvolver todas as disciplinas e técnicas de Marketing *Gaming* que permitem promover modelos de negócio na indústria dos videogames

Módulo 4. Criação de Empresas de Videogames

- ◆ Conhecer amplamente os principais elementos para a criação de empresas que possam se posicionar no mercado de videogames.

Módulo 5. Gestão de projetos

- ◆ Conhecer detalhadamente o funcionamento e a gestão de projetos

Módulo 6. A inovação

- ◆ Estudar amplamente os principais elementos para o desenvolvimento de soluções inovadoras e viáveis para diferentes serviços e produtos de videogames

Módulo 7. Gestão financeira

- ◆ Identificar e reconhecer os aspectos mais críticos da gestão econômica e financeira como uma das principais competências para a gestão empresarial.

Módulo 8. Gestão Comercial

- ◆ Desenvolver altas competências comerciais nos principais processos para aumentar as capacidades de venda e desenvolvimento de negócios nas empresas do setor

Módulo 9. Gestão de e-Sports

- ◆ Conhecer em profundidade, aprender e estudar todo o sub-ecossistema dos e-Sports, tanto os seus principais players como modelos de negócio de forma a estar apto a desenvolver este mercado

Módulo 10. Liderança e gestão de talento

- ◆ Adquirir competências e habilidades sobre as novas competências que as pessoas precisam para liderar modelos de negócios e projetos na indústria de videogames

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ◆ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ◆ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ◆ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ◆ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ◆ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ◆ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- ◆ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ◆ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ◆ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho

- ◆ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ◆ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho
- ◆ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ◆ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ◆ Definir os sistemas de informação e Business Intelligence para a tomada de decisões financeiras
- ◆ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ◆ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- ◆ Estruturar o quadro conceitual e a importância da direção comercial nas empresas
- ◆ Explorar os elementos e atividades fundamentais do marketing e seu impacto na organização
- ◆ Determinar as etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- ◆ Avaliar estratégias para melhorar a comunicação corporativa e a reputação digital da empresa

Módulo 15. Gestão Executiva

- ◆ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ◆ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ◆ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ◆ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes

“

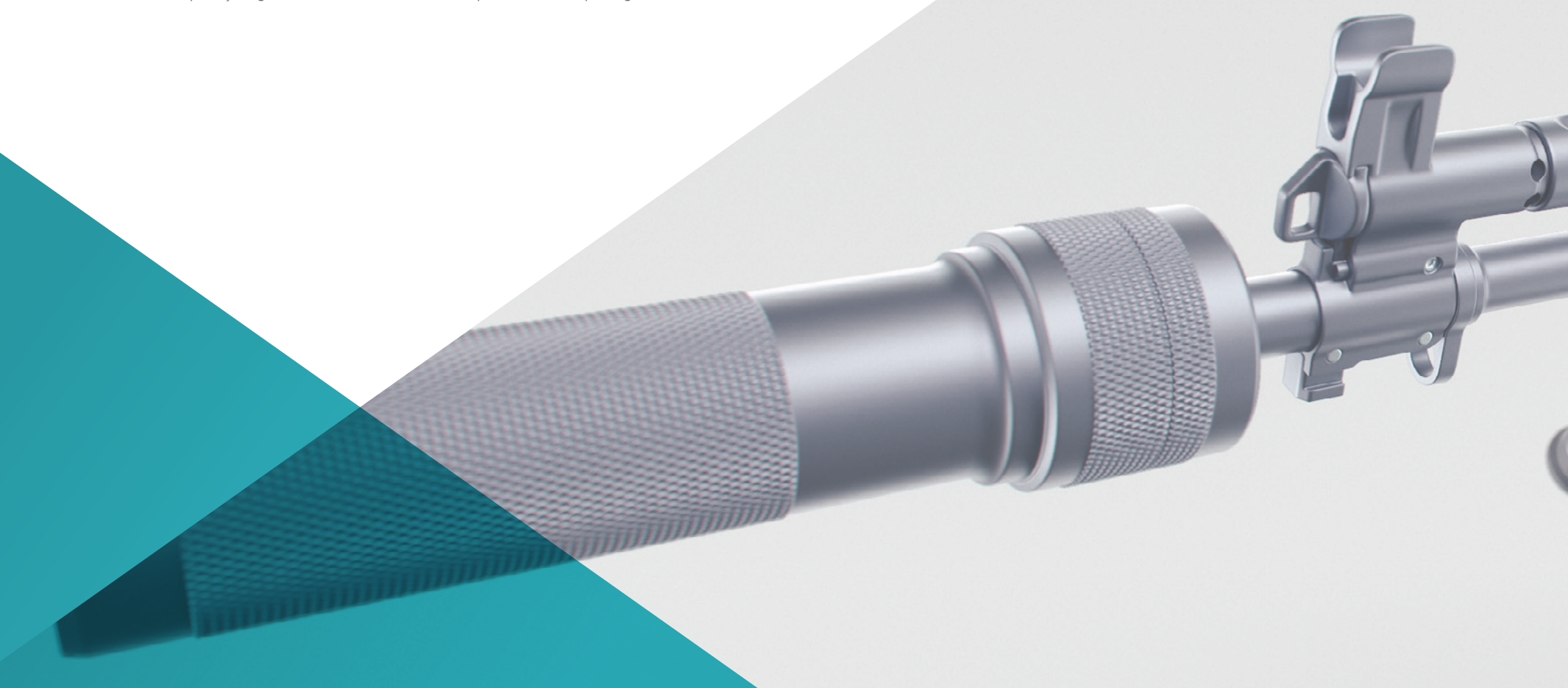
Nossas ferramentas ajudarão e acompanharão você em todo o caminho para atingir seus objetivos”



03

Competências

Todas as habilidades que os estudantes adquirem durante seu processo de aprendizagem neste MBA em Gestão de Empresas de Videogames serão de grande utilidade em sua carreira futura. Através deste programa de estudos, você encontrará as respostas para as necessidades das empresas do setor e os detalhes das atividades para desenvolver com sucesso uma posição gerencial dentro de uma empresa no campo digital.





“

Através de diferentes competências, como a compreensão do ecossistema da indústria de videogames, você entenderá e aprenderá como executar um plano infalível para um futuro cargo no mercado de trabalho dentro de uma empresa deste ramo”



Competências gerais

- ◆ Desenvolver estratégias de negócios voltadas para empresas digitais e de videogames
- ◆ Dominar as áreas de gestão das empresas digitais e de videogames
- ◆ Aprender em profundidade e conceber projetos de videogames
- ◆ Conhecer em detalhes o ecossistema da indústria de videogames
- ◆ Aprenda em detalhes as tecnologias a serviço dos videogames, de um ponto de vista de negócios
- ◆ Conhecer amplamente o impacto das ações de Marketing e Sales
- ◆ Analisar a gestão financeira e econômica de uma empresa de videogames
- ◆ Compreender em detalhes os principais aspectos para a criação de empresas de videogames
- ◆ Adquirir altos critérios sobre tecnologias emergentes e inovação en la industria de los videojuegos
- ◆ Adquirir as habilidades e competências mais complexas para liderar modelos de negócios e projetos no campo dos videogames.



Competências específicas

- ◆ Dominar as áreas de gestão das empresas digitais e de videogames
- ◆ Analisar aspectos tais como o processo estratégico e a necessidade de analisar as diferentes variáveis necessárias para a formulação estratégica
- ◆ Conhecer as ferramentas de estudo para a análise do setor de videogames, da posição competitiva e do ambiente econômico
- ◆ Fundamentar os objetivos e funções da gestão estratégica em empresas digitais e de videogames
- ◆ Considerar os elementos que compõem a estrutura do setor e a cadeia de valor particular
- ◆ Rever os elementos da cadeia de valor dos videogames
- ◆ Agregar valor em áreas como o comércio eletrônico
- ◆ Trabalhar nos perfis profissionais do setor de videogames e dos clubes profissionais de e-Sports
- ◆ Aprender a elaborar um plano de Marketing Digital
- ◆ Enfatizar as disciplinas de captação de tráfego e audiência para a distribuição de mensagens comerciais
- ◆ Trabalhar as técnicas de Display e de programática publicitária
- ◆ Aprender as disciplinas do Inbound Marketing e de Account Based Marketing
- ◆ Assimilar os processos de Marketing Digital e as soluções atuais para sua automatização
- ◆ Conhecer as necessidades para a criação de uma empresa e sua busca pela sustentabilidade
- ◆ Revisar elementos-chave em um plano de negócios e suas necessidades de investimento

- ◆ Estudar os detalhes da produção de um videogame e as operações após seu lançamento no mercado
- ◆ Analisar como operam os novos modelos de distribuição online
- ◆ Adquirir conhecimento na gestão de projetos
- ◆ Compreender as arquiteturas dos projetos de videogames
- ◆ Trabalhar estudos de caso sobre a realização das fases de concepção, lançamento e execução de projetos
- ◆ Veja como a gestão de publicidade e marketing é integrada em um projeto
- ◆ Rever os elementos e componentes necessários para que o profissional desenvolva capacidades e habilidades inovadoras
- ◆ Tratar e gerenciar talentos como parte fundamental do capital de uma empresa digital e de videogames
- ◆ Trabalhar e dar uma visão detalhada dos modelos de negócios inovadores que estão sendo desenvolvidos no setor
- ◆ Conhecer as habilidades, conhecimentos e competências em análise econômica financeira
- ◆ Adquirir um alto nível de conhecimento financeiro sobre o negócio
- ◆ Trabalhar os aspectos mais relevantes do sistema financeiro
- ◆ Aprofundar-se em todas as seções que compõem o sistema econômico e financeiro de uma empresa digital e de videogames
- ◆ Adquirir competências comerciais
- ◆ Desenvolver corretamente ações voltadas para a comercialização e venda de produtos ou serviços
- ◆ Colocar em prática e conhecer como funciona a direção comercial e de vendas, a fim de aplicar as técnicas mais atuais
- ◆ Aprender e compreender como gerir eventos, campeonatos e convenções de *e-Sports*
- ◆ Entender as duas entidades mais relevantes no *e-Sports*: o jogador e o clube
- ◆ Conhecer profundamente os diferentes modelos de negócios que podem ser desenvolvidos na gestão de *e-Sports*, assim como os aspectos mais relevantes no desenvolvimento de eventos e campeonatos ou na gestão de patrocínios e publicidade
- ◆ Propor estratégias de venda de *Merchandising*
- ◆ Aplicar o *Influencer Marketing* de uma forma lucrativa
- ◆ Adquirir competências e habilidades de liderança
- ◆ Trabalhar as competências de gestão de talentos através da análise e desenvolvimento de processos de Recursos Humanos
- ◆ Conheça em detalhes as *Soft Skills*
- ◆ Desenvolver uma liderança pragmática

04

Direção do curso

Com o objetivo de fornecer aos alunos os conhecimentos relevantes para desenvolver uma Gestão de Empresas Digitais e de Videogames de qualidade, este programa de estudos conta com uma equipe docente altamente qualificada. São profissionais com uma trajetória profissional enriquecedora, com experiência acumulada, o que é extremamente útil para a elaboração do material didático deste programa. Portanto, o aluno se beneficiará de uma alta qualidade garantida pelos professores que irão orientá-lo em sua jornada acadêmica.





“

Aprenda com os melhores profissionais os segredos para levar uma empresa artística e de videogames ao sucesso”

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento e estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista Fortune 50, como NBCUniversal e Comcast. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da Mastercard através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de Recursos Humanos e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los à sua prática diária”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes** e no **mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e **liderou equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT** e o **Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD

“

Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um **profissional experiente** em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de **Gerente Global de Compras** na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a **integridade de dados mestres**, as **atualizações de dados de fornecedores** e **priorização** desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a **avaliação de risco** do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo **marketing**, **análise de mídia**, **mensuração** e **atribuição**. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o **Prêmio de Liderança BIM**, o **Prêmio de Liderança em Pesquisa**, o **Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação** e o **Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA** (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como **Gerente de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como **Analista Sênior** da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos **fatores macroeconômicos** e **políticos/regulatórios** que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da **construção de relações valiosas com os clientes** e **trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização**, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha



Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de prestígio internacional na área"

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um **experiente executivo de Marketing** cujos projetos tiveram um **impacto significativo no setor da Moda**. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados desse executivo de **alto perfil internacional** estão ligados à sua comprovada capacidade de **sintetizar informações** em estruturas claras e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **empresariais específicos**. Além disso, é reconhecido por sua **proatividade** e **adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Este especialista também possui uma **forte consciência comercial**, **visão de mercado** e uma **verdadeira paixão pelos produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** na **Giorgio Armani**, supervisionou diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no **varejo** e nas **necessidades e comportamentos dos consumidores**. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela **comercialização de produtos** em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipe** nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como **Calvin Klein** e **Gruppo Coin**, empreendeu projetos para impulsionar a **estrutura**, o **desenvolvimento** e a **comercialização de diferentes coleções**. Também criou **calendários eficazes** para **campanhas de compra e venda**, para campanhas gerenciando **termos, custos, processos e prazos de entrega** de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos** no setor da **Moda e Luxo**, com uma alta capacidade de **implementação eficaz** do **posicionamento positivo** de diferentes **marcas** e **redefinição** de indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão à sua espera na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações** e **gerar ações** concretas a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague



Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem”

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como **Diretor de Comunicações e Impacto** na **NASCAR**, sediada na **Florida, Estados Unidos**. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo **Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico** e **Diretor Geral de Assuntos Comerciais**, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o **desenvolvimento estratégico** até o **Marketing de entretenimento**.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como **Vice-Presidente Executivo** das franquias dos **Chicago Bulls** e dos **Chicago White Sox** ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial e estratégico no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no campo esportivo enquanto trabalhava em Nova York como **principal analista estratégico** para **Roger Goodell** na **National Football League (NFL)** e, anteriormente, como estagiário jurídico na **Federação de Futebol dos Estados Unidos**.



Sr. Eric Nyquist

- Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- Formado em Economia Internacional pelo Carleton College

“

Com este programa universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio de especialistas internacionais líderes na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!"

Direção



Sr. Daniel Sánchez Mateos

- Produtor de Jogos e Aplicativos Multidispositivo
- Diretor de Operações e Desenvolvimento de Negócios e P&D na Gamera Nest
- Diretor do Programa PS Talents na PlayStation Iberia
- Sócio/Diretor de Produção, Marketing e Operações na ONE CLICK S.A. (DIGITAL ONE GROUP, S.A.)
- Sócio/Diretor de Produção e Operações/Designer de produtos na DIGITAL JOKERS / MAYHEM PROJECT
- Diretor Online no Departamento de Marketing na AURUM PRODUCCIONES
- Membro do Departamento de Design e Licenças na LA FACTORÍA DE IDEAS
- Assistente de Operações na DISTRIMAGEN SL., Madrid (Espanha)
- Formado em Ciências da Comunicação pela Universidade Complutense de Madrid
- Mestrado Oficial em Direção, Marketing e Comunicação na Universidade Camilo José Cela, Madrid
- Mestrado em Produção de Televisão pelo IMEFE em colaboração com a União Europeia

Professores

Sr. Rafael Espinosa de los Monteros Iglesias

- ◆ CEO e Fundador da Fluzo Studios
- ◆ Diretor Comercial e de Financiamento de Projetos de P&D na Kaudal
- ◆ CEO na Reta al Alzheimer
- ◆ CEO na Pyxel Arts
- ◆ Diretor de Produtos e Serviços na Arquimea Engenharia
- ◆ Key Account Manager na Cota Soluciones
- ◆ Diretor de Qualidade de Software na Recreativos Franco Gaming
- ◆ Chefe Nacional de TI no Credit Agricole Cheuvreux
- ◆ Gestor de Projetos ADSL e Consultor de Implementações na Telefônica Espanha
- ◆ Técnico de Redes e Telefonia na Universidade Carlos III de Madrid
- ◆ Engenheiro Técnico Industrial: Eletrônica Industrial pela Universidade Carlos III de Madrid
- ◆ Mestrado em Estratégia de Negócios e Corp. Comunicações na Universidad Rey Juan Carlos I
- ◆ Mestrado em Inteligência Artificial e Inovação pela Founderz
- ◆ Mestrado Internacional em Administração de Empresas pela LUIS BUSINESS SCHOOL

Sr. Carlos J. Ochoa Fernández

- ◆ Especialista em Inovação Tecnológica, Marketing Digital e Empreendedorismo
- ◆ Fundador e CEO da ONE Digital Consulting
- ◆ Executivo e Assessor em empresas como SIEMENS, Sagentia, Altran e Eptron
- ◆ Avaliador Especialista da Comissão Europeia
- ◆ Avaliador Independente da Alberta Innovates (Canadá)
- ◆ Mentor da Swiss National Science Foundation (SNSF)
- ◆ Engenheiro pela Universidade Politécnica de Madrid
- ◆ MBA Internacional em Empreendedorismo no Babson College

- ◆ Presidente do capítulo de Madrid/Espanha da Associação VR/AR
- ◆ Co-presidente do Comitê de Educação VR/AR
- ◆ Membro: Aprendizagem Imersiva, Grupo de Realidade X do ICICLE para Aprimoramento de Aprendizagem e Desempenho e Fórum de Padrões de Metaverso

Sr. Juan Carlos García Fernández

- ◆ Designer e Produtor de Videogames
- ◆ Produtor de Videogames na PlayStation Talents
- ◆ QA Tester de Jogos Eletrônicos na PlayStation Talents
- ◆ Graduação em Design e Desenvolvimento de Videogames pela Universidade UDIT Formação Acadêmica

Sr. José Carlos Montero García

- ◆ Fundador e Diretor Criativo na Red Mountain Games
- ◆ Representante Internacional da PlayStation Talents
- ◆ Diretor Criativo e Fundador da TRT Labs, Berlim
- ◆ Vencedor do Prêmio ITB Berlim, pelo projeto TimeRiftTours
- ◆ Artista 3D na Telvent Global Services
- ◆ Artista 3D na Matchmind
- ◆ Artista 3D na Nectar Estudio
- ◆ Graduação Superior em Análise e Controle pelo Instituto Politécnico Monte de Conxo, Santiago de Compostela
- ◆ Mestrado CGMasterAcademy em Game Design com Emilia Schatz da Naughty Dog
- ◆ Mestrado CGMasterAcademy em Criação de Personagens para Jogos com a Epic Games
- ◆ Mestrado em Imagem 3D, Animação e Tecnologia Interativa, Trazos
- ◆ Mestrado em Renderização com Vray para Infoarquitetura
- ◆ Mestrado em Animação e Edição Não Linear na CICE Escola de Novas Tecnologias

05

Estrutura e conteúdo

Este curso conta com um programa de estudos elaborado levando em conta as exigências das empresas, pelo corpo docente que o compõe. Portanto, segue um programa de estudos cujo conteúdo oferece o conhecimento e as ferramentas necessárias para uma visão geral das diferentes gestões e estratégias para um desenvolvimento ideal das tarefas necessárias em um trabalho dentro do setor. Em todos os módulos, o aluno adquirirá as destrezas que devem ser aplicadas na Gestão de Empresas Digitais e de Videogames.





“

Este Mestrado Próprio segue um plano de estudos sob medida para que você aprenda de maneira eficaz tudo o que precisa saber sobre a Gestão de Empresas Digitais e de Videogames”

Módulo 1. Estratégia em Empresas Digitais e Videogames

- 1.1. Empresas Digitais e Videogames
 - 1.1.1. Componentes da estratégia
 - 1.1.2. Ecossistema digital e de videogames
 - 1.1.3. Posicionamento estratégico
- 1.2. Processo estratégico
 - 1.2.1. Análise estratégica
 - 1.2.2. Seleção de alternativas estratégicas
 - 1.2.3. Implementação da estratégia
- 1.3. Análise estratégica
 - 1.3.1. Interno
 - 1.3.2. Externo
 - 1.3.3. Matriz SWOT e CAME
- 1.4. Análise do setor de videogame
 - 1.4.1. Modelo das 5 forças de Porter
 - 1.4.2. Análise PESTEL
 - 1.4.3. Segmentação setorial
- 1.5. Análise de posição de competência
 - 1.5.1. Criação e monetizar o valor estratégico
 - 1.5.2. A busca de nicho vs. Segmentação do mercado
 - 1.5.3. A sustentabilidade do posicionamento competitivo
- 1.6. Análise do ambiente econômico
 - 1.6.1. Globalização e internacionalização
 - 1.6.2. Investimento e economia
 - 1.6.3. Indicadores de produção, produtividade e emprego
- 1.7. Gestão estratégica
 - 1.7.1. Um quadro para análise da estratégia
 - 1.7.2. Análise do ambiente setorial, recursos e capacidades
 - 1.7.3. Prática da Estratégia

- 1.8. Formular a estratégia
 - 1.8.1. Estratégia Corporativa
 - 1.8.2. Estratégias genéricas
 - 1.8.3. Estratégias de cliente
- 1.9. Implementação da estratégia
 - 1.9.1. Planejamento estratégico
 - 1.9.2. Comunicação e esquema de participação organizacional
 - 1.9.3. Gestão de mudanças
- 1.10. Os Novos Negócios Estratégicos
 - 1.10.1. Os oceanos azuis
 - 1.10.2. A exaustão da melhoria incremental na curva de valor
 - 1.10.3. Negócio de custo marginal zero

Módulo 2. Direção de Empresas de Videogames

- 2.1. Setores e cadeia de valor
 - 2.1.1. Valor no setor de entretenimento
 - 2.1.2. Elementos da cadeia de valor
 - 2.1.3. Relação entre cada um dos elementos da cadeia de valor
- 2.2. Desenvolvedores de videogames
 - 2.2.1. A proposta conceitual
 - 2.2.2. Design criativo e enredo do videogame
 - 2.2.3. Tecnologias aplicáveis ao desenvolvimento de videogames
- 2.3. Fabricantes de consoles
 - 2.3.1. Componentes
 - 2.3.2. Tipologia e fabricantes
 - 2.3.3. Geração de consoles
- 2.4. *Publishers*
 - 2.4.1. Seleção
 - 2.4.2. Gestão de desenvolvimento
 - 2.4.3. Geração de produtos e serviços

- 2.5. Distribuidores
 - 2.5.1. Acordos com distribuidores
 - 2.5.2. Modelo de distribuição
 - 2.5.3. Logística de distribuição
 - 2.6. Varejistas
 - 2.6.1. Varejistas
 - 2.6.2. Orientação e vinculação com o consumidor
 - 2.6.3. Serviços de consultoria
 - 2.7. Fabricantes de acessórios
 - 2.7.1. Acessórios para o *Gaming*
 - 2.7.2. Mercado
 - 2.7.3. Tendências
 - 2.8. Desenvolvedores de *Middleware*
 - 2.8.1. *Middleware* na indústria de videogames
 - 2.8.2. Desenvolvimento *Middleware*
 - 2.8.3. *Middleware*: tipologia
 - 2.9. Perfis profissionais do setor de Videogames
 - 2.9.1. *Game Designers* e programadores
 - 2.9.2. Modeladores e texturizadores
 - 2.9.3. Animadores e ilustradores
 - 2.10. Os clubes profissionais de *e-Sports*
 - 2.10.1. A área administrativa
 - 2.10.2. A área esportiva
 - 2.10.3. A área de comunicação
- Módulo 3. Marketing Digital e Transformação Digital de Videogames**
- 3.1. Estratégia em Marketing Digital
 - 3.1.1. *Customer Centric*
 - 3.1.2. *Customer Journey* e *Funnel* de Marketing
 - 3.1.3. Projeto e criação de um plano de Marketing Digital
 - 3.2. Ativos digitais
 - 3.2.1. Arquitetura e design web
 - 3.2.2. Experiência de usuário - UX
 - 3.2.3. Mobile Marketing
- 3.3. Meios digitais
 - 3.3.1. Estratégia e Planejamento de Mídia
 - 3.3.2. *Display* e programática publicitária
 - 3.3.3. Digital TV
 - 3.4. *Search*
 - 3.4.1. Desenvolvimento e aplicação de uma estratégia de *Search*
 - 3.4.2. SEO
 - 3.4.3. SEM
 - 3.5. *Social Media*
 - 3.5.1. Design, planejamento e análise em uma estratégia de *Social Media*
 - 3.5.2. Técnicas de marketing nas redes sociais horizontais
 - 3.5.3. Técnicas de marketing nas redes sociais verticais
 - 3.6. Inbound Marketing
 - 3.6.1. *Funnel* de Inbound Marketing
 - 3.6.2. Geração de *Content Marketing*
 - 3.6.3. Captação e gestão de *Leads*
 - 3.7. *Account Based Marketing*
 - 3.7.1. Estratégia de Marketing B2B
 - 3.7.2. *Decision Maker* e mapa de contatos
 - 3.7.3. Plano de *Account Based Marketing*
 - 3.8. *Email Marketing* e *Landing Pages*
 - 3.8.1. Características do *Email Marketing*
 - 3.8.2. Criatividade e *Landing Pages*
 - 3.8.3. Campanhas e ações de *Email Marketing*
 - 3.9. Automação do Marketing
 - 3.9.1. *Marketing Automation*
 - 3.9.2. *Big Data* e AI aplicado ao marketing
 - 3.9.3. Principais soluções do *Marketing Automation*
 - 3.10. Métricas, KPIS e ROI
 - 3.10.1. Principais métricas e KPIS do Marketing Digital
 - 3.10.2. Soluções e ferramentas de medição
 - 3.10.3. Cálculo e monitoramento do ROI

Módulo 4. Criação de Empresas de Videogames

- 4.1. Empreendedorismo
 - 4.1.1. Estratégia empreendedora
 - 4.1.2. Projeto de empreendedorismo
 - 4.1.3. Metodologias ágeis de empreendimento
- 4.2. Inovações tecnológicas em videogames
 - 4.2.1. Inovações em consoles e periféricos
 - 4.2.2. Inovação em *Motion Capture* e *Live Dealer*
 - 4.2.3. Inovação em gráficos e software
- 4.3. Plano de negócios
 - 4.3.1. Segmentos e proposta de valor
 - 4.3.2. Processos, recursos e alianças chaves
 - 4.3.3. Relação com o cliente e canais de interação
- 4.4. Investimento
 - 4.4.1. Investimentos na indústria de videogames
 - 4.4.2. Aspectos críticos para a captura de investimentos
 - 4.4.3. Financiamento de *startups*
- 4.5. Finanças
 - 4.5.1. Receitas e eficiências
 - 4.5.2. Gastos operacionais e de capital
 - 4.5.3. A demonstração de resultados e o balanço
- 4.6. Produção de videogames
 - 4.6.1. Ferramentas de simulação da produção
 - 4.6.2. Gestão programada da produção
 - 4.6.3. Gestão do controle da produção
- 4.7. Gestão de operações
 - 4.7.1. Design, localização e manutenção
 - 4.7.2. Gestão da Qualidade
 - 4.7.3. Gestão de inventários e da cadeia de abastecimentos

- 4.8. Novos modelos de distribuição online
 - 4.8.1. Modelos de logística online
 - 4.8.2. Entrega direta online e SaaS
 - 4.8.3. *Dropshipping*
- 4.9. Sustentabilidade
 - 4.9.1. Criação de valor sustentável
 - 4.9.2. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance)
 - 4.9.3. Sustentabilidade na estratégia
- 4.10. Aspectos legais
 - 4.10.1. Propriedade intelectual
 - 4.10.2. Propriedade industrial
 - 4.10.3. RGDP

Módulo 5. Gestão de projetos

- 5.1. Ciclo de vida de um projeto de videogames
 - 5.1.1. Fase conceptual e pré-produção
 - 5.1.2. Fase de produção e as fases finais
 - 5.1.3. Fase de pós-produção
- 5.2. Projetos de videogame
 - 5.2.1. Gêneros
 - 5.2.2. *Serious Games*
 - 5.2.3. Sub-gêneros e novos gêneros
- 5.3. Arquitetura de um projeto de videogames
 - 5.3.1. Arquitetura interna
 - 5.3.2. Relação entre elementos
 - 5.3.3. Visão holística do videogame
- 5.4. Videogames
 - 5.4.1. Aspectos lúdicos nos videogames
 - 5.4.2. Design de Videogames
 - 5.4.3. Gamificação

- 5.5. A técnica de videogame
 - 5.5.1. Elementos internos
 - 5.5.2. Motores de jogo
 - 5.5.3. Influência da técnica e do Marketing sobre o design
 - 5.6. Concepção, lançamento e execução de projetos
 - 5.6.1. Desenvolvimento prévio
 - 5.6.2. Fases de desenvolvimento de videogame
 - 5.6.3. Envolvimento do consumidor no desenvolvimento
 - 5.7. Gestão da organização de projetos de videogames
 - 5.7.1. A equipe de desenvolvimento e *Publisher*
 - 5.7.2. Equipe de operações
 - 5.7.3. Equipe de vendas e Marketing
 - 5.8. Manuais para desenvolvimento de videogames
 - 5.8.1. Manual de design e técnica de videogame
 - 5.8.2. Manual do desenvolvedor de videogames
 - 5.8.3. Manual de requerimentos e especificações técnicas
 - 5.9. Publicação e marketing de videogames
 - 5.9.1. Preparação *Kick Off* do videogame
 - 5.9.2. Canais de comunicação digitais
 - 5.9.3. *Delivery*, progresso e monitoramento do sucesso
 - 5.10. Metodologias ágeis aplicadas a projetos de videogames
 - 5.10.1. *Design and Visual Thinking*
 - 5.10.2. *Lean Startup*
 - 5.10.3. *Scrum development and sales*
- Módulo 6. Inovação**
- 6.1. Estratégia e inovação
 - 6.1.1. Inovação em videogames
 - 6.1.2. Gestão de inovação em videogames
 - 6.1.3. Modelos de inovação
 - 6.2. Talento inovador
 - 6.2.1. A implementação da cultura de inovação nas organizações
 - 6.2.2. Talento
 - 6.2.3. Mapa da cultura de inovação
 - 6.3. Direção e gestão de talentos na economia digital
 - 6.3.1. Ciclos de vida do talento
 - 6.3.2. Captação - condicionantes geracionais
 - 6.3.3. Retenção: *Engagement*, fidelização, evangelistas
 - 6.4. Modelos de negócio na inovação de videogames
 - 6.4.1. Inovação em modelos de negócios
 - 6.4.2. Ferramentas de inovação empresarial
 - 6.4.3. *Business Model Navigator*
 - 6.5. Direção de projetos de inovação
 - 6.5.1. Cliente e processo de inovação
 - 6.5.2. Design de proposta de valor
 - 6.5.3. Organizações exponenciais
 - 6.6. Metodologias ágeis em inovação
 - 6.6.1. Metodologia *Design Thinking* e *Lean Startup*
 - 6.6.2. Modelos ágeis de direção de projetos: Kanban e Scrum
 - 6.6.3. *Lean Canvas*
 - 6.7. Gestão de validação da inovação
 - 6.7.1. Prototipagem (PMV)
 - 6.7.2. Validação do cliente
 - 6.7.3. Pivotar ou preservar
 - 6.8. Inovação em processos
 - 6.8.1. Oportunidades de inovação em processos
 - 6.8.2. *Time-to-Market*, redução de tarefas sem valor e eliminação de defeitos
 - 6.8.3. Ferramentas metodológicas para inovação em processos
 - 6.9. Tecnologias disruptivas
 - 6.9.1. Tecnologias de hibridização físico-digital
 - 6.9.2. Tecnologias de comunicação e tratamento de dados
 - 6.9.3. Tecnologias de aplicação de gestão
 - 6.10. O retorno do investimento em inovação
 - 6.10.1. Estratégias de monetização de dados e ativos de inovação
 - 6.10.2. O papel da inovação. Enfoque geral
 - 6.10.3. Emboscadas

Módulo 7. Gestão financeira

- 7.1. Contabilidade
 - 7.1.1. Contabilidade
 - 7.1.2. Contas anuais e outros relatórios
 - 7.1.3. Imóveis materiais, investimentos imobiliários e imóveis intangíveis
- 7.2. Gestão financeira
 - 7.2.1. Instrumentos financeiros
 - 7.2.2. Finanças corporativas e gestão financeira
 - 7.2.3. Finanças para empreendedores
- 7.3. Análise das demonstrações financeiras
 - 7.3.1. Análise das demonstrações financeiras
 - 7.3.2. Análise da Liquidez e solvência
 - 7.3.3. Gestão de tesouraria
- 7.4. Operações financeiras
 - 7.4.1. Operações financeiras
 - 7.4.2. Gestão do Investimento
 - 7.4.3. Critérios para a escolha da investimentos certos
- 7.5. O sistema financeiro
 - 7.5.1. O sistema financeiro
 - 7.5.2. Estrutura e Funcionamento do sistema financeiro
 - 7.5.3. O mercado de Valores
- 7.6. Controle de gestão
 - 7.6.1. Controle de gestão
 - 7.6.2. Centros de Responsabilidade
 - 7.6.3. Sistemas de costes
- 7.7. Controle orçamentário
 - 7.7.1. O processo orçamentário
 - 7.7.2. Organização e gestão orçamentária
 - 7.7.3. Controle orçamentário
- 7.8. Gestão de tesouraria
 - 7.8.1. *Cash Management* e o orçamento da tesouraria
 - 7.8.2. Recuperação de transações comerciais
 - 7.8.3. Pagamento de transações comerciais



- 7.9. Financiamento de empresas
 - 7.9.1. Vantagens, inconvenientes e implicações da dívida
 - 7.9.2. Escolha da estrutura de capital na empresa
 - 7.9.3. Mudanças na estrutura de capital
- 7.10. Avaliação de empresas
 - 7.10.1. Métodos contábeis e valor do negócio
 - 7.10.2. Ativos e dívidas
 - 7.10.3. Diagnóstico de avaliação de empresas e apresentação aos investidores

Módulo 8. Gestão Comercial

- 8.1. Modelos de organização comercial
 - 8.1.1. Departamento Comercial
 - 8.1.2. Ferramentas do Departamento Comercial
 - 8.1.3. Força de Vendas
- 8.2. Objetivos comerciais
 - 8.2.1. Planejamento comercial
 - 8.2.2. Previsões e orçamentos
 - 8.2.3. Orçamentos comerciais
- 8.3. Previsão comercial
 - 8.3.1. Rentabilidade do departamento comercial
 - 8.3.2. Previsão de vendas
 - 8.3.3. Controle da Atividade Comercial
- 8.4. Novos modelos relacionais
 - 8.4.1. Comercialização em novos modelos de negócios
 - 8.4.2. A personalização como o principal Driver de relações com clientes
 - 8.4.3. Desenvolvimento da experiência do cliente
- 8.5. Venda consultiva
 - 8.5.1. Psicologia de Vendas
 - 8.5.2. Comunicação persuasiva
 - 8.5.3. Introdução e Evolução dos métodos de Vendas

- 8.6. Modalidades de venda
 - 8.6.1. A venda Retail ou B2C
 - 8.6.2. A venda externa B2B
 - 8.6.3. A venda online
- 8.7. *Digital Social Selling*
 - 8.7.1. *Social Selling*
 - 8.7.2. A atitude social: criar networking
 - 8.7.3. Processo de captação de novos clientes utilizando *Social Media*
- 8.8. Metodologias de *Digital Sales*
 - 8.8.1. Principais metodologias ágeis em *Digital Sales*
 - 8.8.2. *Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling etc.*
 - 8.8.3. *Inbound Sales B2B e Account Based Marketing*
- 8.9. Suporte de marketing na área comercial
 - 8.9.1. Gestão de Marketing
 - 8.9.2. O valor do Marketing digital (B2C/B2B)
 - 8.9.3. Gestão de Marketing Mix na área comercial
- 8.10. Organização e planejamento do trabalho do vendedor
 - 8.10.1. Áreas e rotas de vendas
 - 8.10.2. Gestão do tempo e gestão de reuniões
 - 8.10.3. Análise e tomada de decisões

Módulo 9. Gestão de e-Sports

- 9.1. A indústria dos e-Sports
 - 9.1.1. e-Sports
 - 9.1.2. Atores da indústria dos e-Sports
 - 9.1.3. O modelo de negócio e o mercado de e-Sports
- 9.2. A Gestão dos Clubes de e-Sports
 - 9.2.1. A importância dos clubes de e-Sports
 - 9.2.2. Criação de clubes
 - 9.2.3. Administração e Gestão dos Clubes de e-Sports

- 9.3. A relação e-Gamers
 - 9.3.1. O papel do jogador
 - 9.3.2. Habilidades e competências do jogador
 - 9.3.3. Jogadores como embaixadores de marca
- 9.4. Competições e eventos
 - 9.4.1. *O Delivery em e-Sports*: competições e eventos
 - 9.4.2. A gestão de eventos e os campeonatos
 - 9.4.3. Principais campeonatos locais, regionais, nacionais e mundiais
- 9.5. A gestão do patrocínio nos e-Sports
 - 9.5.1. A gestão do patrocínio nos e-Sports
 - 9.5.2. Tipos de patrocínio nos e-Sports
 - 9.5.3. O Contrato de Patrocínio em e-Sports
- 9.6. A gestão publicitária no eSports
 - 9.6.1. *Advergaming*: novos formatos publicitários
 - 9.6.2. *O Branded Content no e-Sports*
 - 9.6.3. O e-Sports como Estratégia Comunicativa
- 9.7. O Marketing na gestão do e-Sports
 - 9.7.1. A gestão de Owned Media
 - 9.7.2. A gestão de Paid Media
 - 9.7.3. Foco especial em Social Media
- 9.8. *Influencer Marketing*
 - 9.8.1. *Marketing Influencer*
 - 9.8.2. A Gestão de audiência e seu impacto no e-Sports
 - 9.8.3. Modelos de negócio em *Influencer Marketing*
- 9.9. *Merchant*
 - 9.9.1. A venda de serviços e produtos associados
 - 9.9.2. *O Merchandising*
 - 9.9.3. E-Commerce e os *Marketplaces*
- 9.10. Métricas e KPIs do e-Sports
 - 9.10.1. Métricas
 - 9.10.2. Os KPIs para o progresso e o sucesso
 - 9.10.3. Mapa Estratégico de Objetivos e Indicadores

Módulo 10. Liderança e gestão de talento

- 10.1. Empresa, organização e recursos humanos
 - 10.1.1. Organização e estrutura organizacional
 - 10.1.2. Gestão estratégica
 - 10.1.3. Análise e organização do trabalho
- 10.2. A gestão de Recursos Humanos na empresa
 - 10.2.1. A organização em Recursos Humanos
 - 10.2.2. Canais de recrutamento
 - 10.2.3. Candidaturas no setor dos videogames
- 10.3. Liderança pessoal e profissional
 - 10.3.1. Líderes e processos de liderança
 - 10.3.2. A autoridade da comunicação
 - 10.3.3. Negociando com o sucesso e o fracasso
- 10.4. Gestão do conhecimento e gestão de talentos
 - 10.4.1. Gestão estratégica do talento
 - 10.4.2. Tecnologias aplicadas à Gestão de Recursos Humanos
 - 10.4.3. Modelos de inovação em Recursos Humanos
- 10.5. A gestão do conhecimento como chave para o crescimento da empresa
 - 10.5.1. Objetivos gerais da gestão do conhecimento
 - 10.5.2. Estrutura dos sistemas de gestão do conhecimento e fluxos
 - 10.5.3. Processos em gestão do conhecimento
- 10.6. Coaching e *Mentoring*
 - 10.6.1. PNL
 - 10.6.2. Coaching e *Mentoring*
 - 10.6.3. Processos
- 10.7. Novas formas de liderança em ambientes VUCA
 - 10.7.1. Gestão individual de mudanças
 - 10.7.2. Gestão da mudança organizacional
 - 10.7.3. Ferramentas

- 10.8. Gestão de diversidade
 - 10.8.1. A incorporação de novas gerações na liderança
 - 10.8.2. Liderança feminina
 - 10.8.3. Gestão da Multiculturalidade
- 10.9. Líder coach
 - 10.9.1. As habilidades do líder coach
 - 10.9.2. Feedback e *Feedforward*
 - 10.9.3. Reconhecimento
- 10.10. Adaptação às novas tecnologias
 - 10.10.1. Atitudes
 - 10.10.2. Conhecimentos
 - 10.10.3. Segurança

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- 11.1. Globalização e Governança
 - 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
 - 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 11.2. Liderança
 - 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
 - 11.2.2. Liderança nas Empresas
 - 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 11.3.3. Gestão de Diversidade

- 11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 11.4.2. Conceito de liderança
 - 11.4.3. Teorias de liderança
 - 11.4.4. Estilos de liderança
 - 11.4.5. Inteligência na liderança
 - 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente
- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética e moral
 - 11.5.2. Ética empresarial
 - 11.5.3. Liderança e ética nas empresas
- 11.6. Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.6.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
 - 11.6.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.6.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.7. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 11.7.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 11.7.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
 - 11.7.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 11.7.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
- 11.8. Multinacionais e direitos humanos
 - 11.8.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 11.8.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
 - 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos
- 11.9. Entorno legal e *Corporate Governance*
 - 11.9.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 11.9.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 11.9.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- 12.1. Gestão estratégica de pessoas
 - 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas
- 12.2. Gestão de recursos humanos por competências
 - 12.2.1. Análise do potencial
 - 12.2.2. Política de remuneração
 - 12.2.12. Planos de carreira/sucessão
- 12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 12.3.1. Gestão de desempenho
 - 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 12.4. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 12.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
 - 12.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
 - 12.4.3. Lealdade e retenção
 - 12.4.4. Proatividade e inovação
- 12.5. Motivação
 - 12.5.1. A natureza da motivação
 - 12.5.2. Teoria das expectativas
 - 12.5.3. Teorias de necessidades
 - 12.5.4. Motivação e compensação financeira
- 12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 12.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
 - 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho
- 12.7. Gestão de mudanças
 - 12.7.1. Gestão de mudanças
 - 12.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
 - 12.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

- 12.8. Negociação e gestão de conflitos
 - 12.8.1. Negociação
 - 12.8.2. Gestão de conflitos
 - 12.8.3. Gestão de crises
- 12.9. Comunicação gerencial
 - 12.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
 - 12.9.2. Departamento de Comunicação
 - 12.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)
- 12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 12.10.1. Produtividade
 - 12.10.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- 13.1. Ambiente Econômico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
 - 13.1.2. Instituições financeiras
 - 13.1.3. Mercados financeiros
 - 13.1.4. Ativos financeiros
 - 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 13.2. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 13.2.1. Fundamentos e classificação
 - 13.2.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 13.2.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 13.3. Gestão Financeira
 - 13.3.1. As decisões financeiras da empresa
 - 13.3.2. O departamento financeiro
 - 13.3.3. Excedentes de tesouraria
 - 13.3.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 13.3.5. Gestão de riscos na direção financeira

- 13.4. Planejamento Financeiro
 - 13.4.1. Definição do planejamento financeiro
 - 13.4.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
 - 13.4.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 13.4.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
 - 13.4.5. Demonstrativo de Capital Circulante
- 13.5. Estratégia Financeira Corporativa
 - 13.5.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 13.5.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial
- 13.6. Financiamento Estratégico
 - 13.6.1. Autofinanciamento
 - 13.6.2. Aumento de fundos próprios
 - 13.6.3. Recursos Híbridos
 - 13.6.4. Financiamento por meio de intermediários
- 13.7. Análise e resolução de casos/problemas
 - 13.7.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- 14.1. Gestão Comercial
 - 14.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
 - 14.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
 - 14.1.3. O papel dos gerentes comerciais
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Conceito de Marketing
 - 14.2.2. Noções básicas de marketing
 - 14.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 14.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 14.3.1. Conceito de marketing estratégico
 - 14.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 14.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing

- 14.4. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 14.4.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 14.4.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
 - 14.4.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital
- 14.5. Estratégia de Vendas
 - 14.5.1. Estratégia de Vendas
 - 14.5.2. Métodos de Vendas
- 14.6. Comunicação Corporativa
 - 14.6.1. Conceito
 - 14.6.2. Importância da comunicação na organização
 - 14.6.3. Tipo de comunicação na organização
 - 14.6.4. Função da comunicação na organização
 - 14.6.5. Elementos da comunicação
 - 14.6.6. Problemas de comunicação
 - 14.6.7. Cenários da comunicação
- 14.7. Comunicação e reputação digital
 - 14.7.1. Reputação online
 - 14.7.2. Como medir a reputação digital?
 - 14.7.3. Ferramentas de reputação online
 - 14.7.4. Relatório de reputação online
 - 14.7.5. *Branding* online

Módulo 15. Gestão Executiva

- 15.1. *Management*
 - 15.1.1. Conceito de *Geral Management*
 - 15.1.2. A ação do gerente geral
 - 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 15.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens



- 15.3. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 15.3.1. Comunicação interpessoal
 - 15.3.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 15.3.3. Obstáculos à comunicação
- 15.4. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 15.4.1. A comunicação interpessoal
 - 15.4.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 15.4.3. A comunicação na organização
 - 15.4.4. Ferramentas na organização
- 15.5. Comunicação em situações de crise
 - 15.5.1. Crise
 - 15.5.2. Fases da crise
 - 15.5.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 15.6. Preparando um plano de crise
 - 15.6.1. Análise de problemas potenciais
 - 15.6.2. Planejamento
 - 15.6.3. Adequação de pessoal
- 15.7. Inteligência emocional
 - 15.7.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 15.7.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 15.7.3. Autoestima e Comunicação Emocional
- 15.8. *Branding* pessoal
 - 15.8.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 15.8.2. Leis de branding pessoal
 - 15.8.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 15.9. Liderança e gestão de equipes
 - 15.9.1. Liderança e estilos de liderança
 - 15.9.2. Competências e desafios do líder
 - 15.9.3. Gestão de processos de Mudança
 - 15.9.4. Gestão de Equipes Multiculturais



Um programa de estudos completo, com tudo o que você precisa para se posicionar entre as melhores empresas do setor”

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo de 4 anos, você irá se deparar com diversos casos reais. Você terá que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



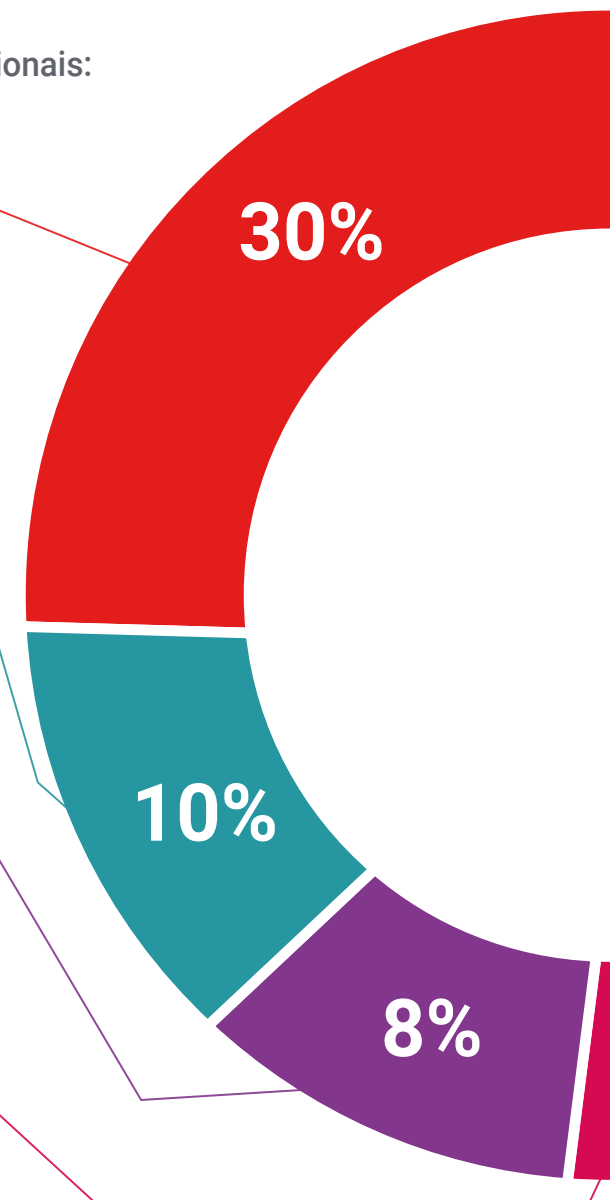
Práticas de habilidades e competências

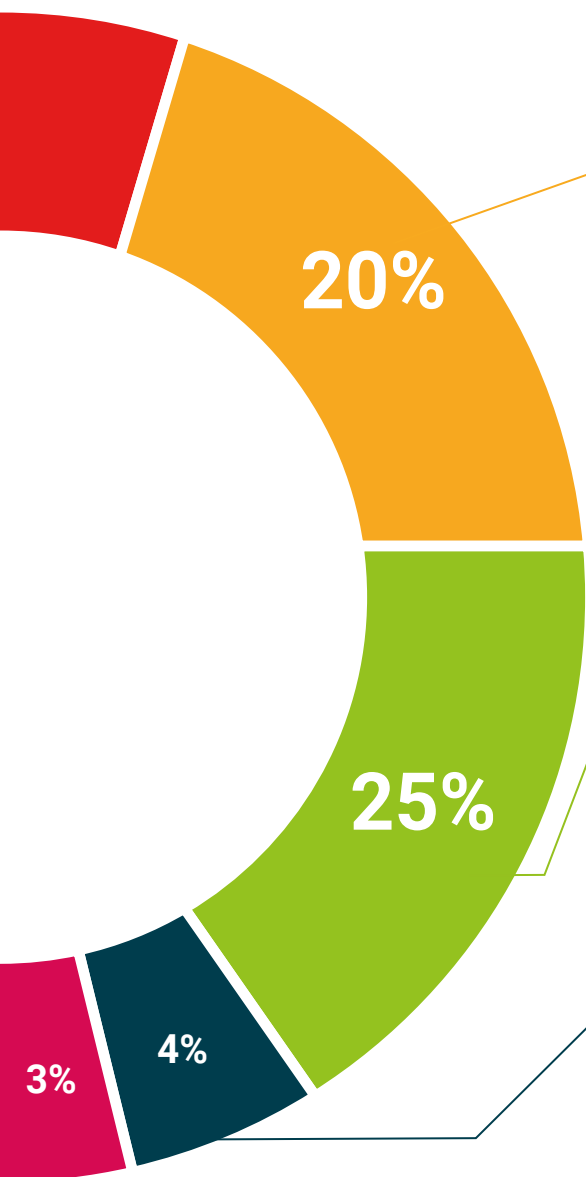
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

Certificado

O MBA em Gestão de Empresas de Videogames garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas de Videogames** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

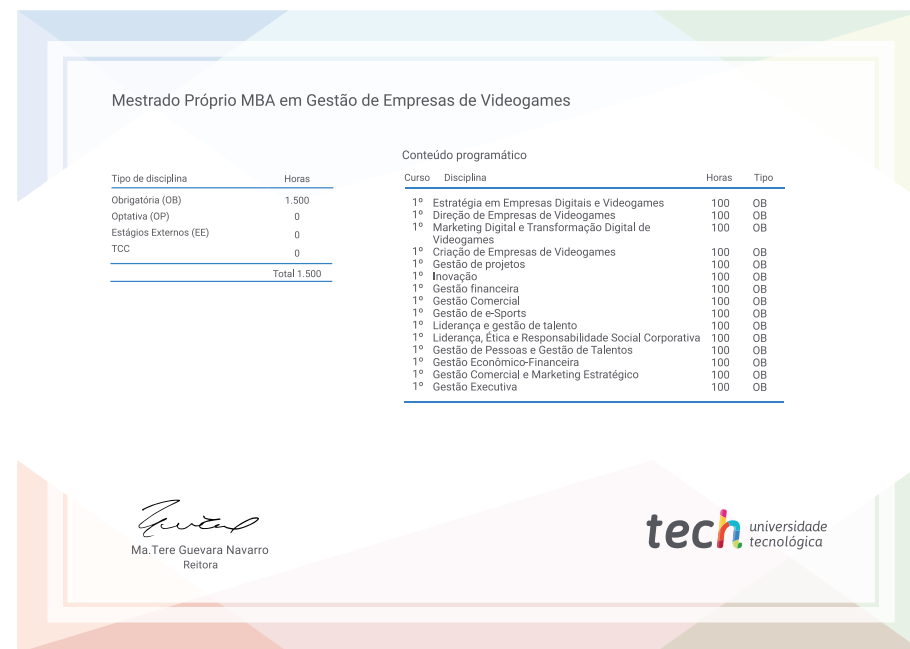
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas de Videogames**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidades
atenção personalizada
conhecimento
presente
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
MBA em Gestão de Empresas
de Videogames

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas de Videogames

