

Advanced Master Alta Direção de Recursos Humanos

A M A D R H



Advanced Master Alta Direção de Recursos Humanos

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-gestao/advanced-master/advanced-master-alta-direcao-recursos-humanos

Índice

01

Apresentação do programa

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 8

03

Plano de estudos

pág. 12

04

Objetivos de ensino

pág. 28

05

Oportunidades de carreira

pág. 34

06

Metodología de estudo

pág. 38

07

Corpo docente

pág. 48

08

Certificação

pág. 68

01

Apresentação do programa

Ao ocupar um cargo de Alta Direção em Recursos Humanos dentro de uma empresa, desempenha-se um papel fundamental na criação e implementação de estratégias para atrair, reter e desenvolver o talento humano essencial para o sucesso da organização. Além de influenciar a cultura corporativa, esses diretores têm a responsabilidade de gerar ambientes de trabalho saudáveis e motivadores. Da mesma forma, podem impactar positivamente na vida dos colaboradores, promovendo o seu crescimento profissional e pessoal. Por essa razão, a TECH criou um programa abrangente 100% online, que só exigirá um dispositivo eletrônico com conexão à Internet para aceder a todos os recursos académicos disponíveis. Além disso, será baseado na revolucionária metodologia *Relearning*, pioneira nesta instituição.



“

Adquirirá competências na gestão do pessoal, bem como ferramentas para desenhar e implementar estratégias de RRHH que impulsionem a produtividade, a inovação e a retenção de talento”

Em um ambiente empresarial que avança rapidamente, a gestão eficaz dos Recursos Humanos tornou-se uma das chaves para o sucesso organizacional. Por isso, os especialistas desempenham um papel fundamental na criação de estratégias que não só otimizam o desempenho do pessoal, mas também alinham o capital humano com os objetivos estratégicos da empresa. Por essa razão, os especialistas precisam adquirir competências avançadas para liderar a área de Recursos Humanos de forma eficiente e melhorar a competitividade das organizações através de uma gestão estratégica do talento.

Com o objetivo de facilitar essa tarefa, a TECH lança um inovador Advanced Master em Alta Direção de Recursos Humanos. Desenhado por referências deste setor, o percurso académico aprofundará questões que vão desde os fundamentos do comportamento organizacional até à execução de técnicas modernas de *executive coaching* passando pela implementação de ferramentas tecnológicas de última geração para otimizar a precisão dos processos operacionais. Graças a isso, os alunos serão capazes de liderar o departamento de Recursos Humanos com uma visão estratégica, promovendo a integração de tecnologias inovadoras e otimizando o desenvolvimento do talento humano dentro da organização

Por outro lado, o programa universitário está complementado por múltiplas cápsulas multimédia, leituras especializadas e simulações de casos de estudo. Isso permitirá aos especialistas imergirem num processo de aprendizagem totalmente dinâmico. O único que os profissionais precisarão é de um dispositivo digital com acesso à Internet, para poderem aceder ao Campus Virtual. Este permanecerá disponível durante as 24 horas do dia. E tudo isso sem a necessidade de presencialidade ou aulas presenciais com horários fixos.

Este **Advanced Master em Alta Direção de Recursos Humanos** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Alta Direção de Recursos Humanos
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos, concebidos para oferecer uma informação científica e prática sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício profissional
- ♦ Os exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser efetuado a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras em a Alta Direção de Recursos Humanos
- ♦ As lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet



Liderará processos de transformação estrutural nas empresas, garantindo a adaptação das equipas a novas formas de trabalho e enfoques estratégicos”

“

Criará um ambiente inclusivo que valorize a diversidade, promovendo uma gestão equitativa dos Recursos Humanos e garantindo a igualdade de oportunidades nas instituições”

Inclui no seu corpo docente profissionais pertencentes ao âmbito da Alta Direção de Recursos Humanos, que partilham neste programa a experiência do seu trabalho, além de reconhecidos especialistas de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, elaborado com a última tecnologia educativa, permitirá ao profissional um aprendizado situado e contextualizado, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo programado para treinar em situações reais.

O design deste plano de estudos está centrado na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o aluno terá de tentar resolver as diversas situações de prática profissional que lhe serão apresentadas ao longo do curso académico. Para tal, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Graças ao Relearning da TECH, poderá assimilar os conceitos essenciais de uma forma rápida, natural e precisa.

Implementará políticas eficazes de Recursos Humanos, gerindo áreas-chave como o recrutamento, a compensação e o desenvolvimento de carreiras.



02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior universidade digital do mundo. Com um impressionante catálogo de mais de 14.000 programas universitários, disponíveis em 11 línguas, posiciona-se como líder em empregabilidade, com uma taxa de colocação profissional de 99%. Além disso, possui um enorme corpo docente de mais de 6.000 professores de renome internacional.



“

Estuda na maior universidade digital do mundo e garante o teu sucesso profissional. O futuro começa na TECH”

A melhor universidade online do mundo segundo a FORBES

A prestigiada revista Forbes, especializada em negócios e finanças, destacou a TECH como «a melhor universidade online do mundo». Foi o que afirmaram recentemente num artigo da sua edição digital, «graças à oferta académica que proporciona, à seleção do seu corpo docente e a um método de aprendizagem inovador destinado a formar os profissionais do futuro».

Forbes
Mejor universidad online del mundo

Plan
de estudios más completo

Os planos de estudos mais completos do panorama universitário

A TECH oferece os planos de estudos mais completos do panorama universitário, com programas que abrangem os conceitos fundamentais e, ao mesmo tempo, os principais avanços científicos nas suas áreas científicas específicas. Além disso, estes programas são continuamente atualizados para garantir aos estudantes a vanguarda académica e as competências profissionais mais procuradas. Desta forma, os cursos da universidade proporcionam aos seus alunos uma vantagem significativa para impulsionar as suas carreiras com sucesso.

O melhor corpo docente top internacional

O corpo docente da TECH é composto por mais de 6.000 professores de renome internacional. Professores, investigadores e quadros superiores de multinacionais, incluindo Isaiah Covington, treinador de desempenho dos Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal do Harvard MetaLAB; Ignacio Wistumba, presidente do departamento de patologia molecular translacional do MD Anderson Cancer Center; e D.W. Pine, diretor criativo da revista TIME, entre outros.

Profesorado
TOP
Internacional

La metodología más eficaz

Um método de aprendizagem único

A TECH é a primeira universidade a utilizar o *Relearning* em todos os seus cursos. É a melhor metodologia de aprendizagem online, acreditada com certificações internacionais de qualidade de ensino, fornecidas por agências educacionais de prestígio. Além disso, este modelo académico disruptivo é complementado pelo “Método do Caso”, configurando assim uma estratégia única de ensino online. São também implementados recursos didáticos inovadores, incluindo vídeos detalhados, infografias e resumos interativos.

A maior universidade digital do mundo

A TECH é a maior universidade digital do mundo. Somos a maior instituição educativa, com o melhor e mais extenso catálogo educativo digital, cem por cento online e abrangendo a grande maioria das áreas do conhecimento. Oferecemos o maior número de títulos próprios, pós-graduações e licenciaturas oficiais do mundo. No total, mais de 14.000 títulos universitários, em dez idiomas diferentes, o que nos torna na maior instituição educativa do mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad online del mundo

A universidade online oficial da NBA

A TECH é a Universidade Online Oficial da NBA. Através de um acordo com a maior liga de basquetebol, oferece aos seus estudantes programas universitários exclusivos, bem como uma grande variedade de recursos educativos centrados no negócio da liga e noutras áreas da indústria desportiva. Cada programa tem um plano de estudos único e conta com oradores convidados excepcionais: profissionais com um passado desportivo distinto que oferecem os seus conhecimentos sobre os temas mais relevantes.

Líderes em empregabilidade

A TECH conseguiu tornar-se a universidade líder em empregabilidade. 99% dos seus estudantes conseguem um emprego na área académica que estudaram, no prazo de um ano após a conclusão de qualquer um dos programas da universidade. Um número semelhante consegue uma melhoria imediata da sua carreira. Tudo isto graças a uma metodologia de estudo que baseia a sua eficácia na aquisição de competências práticas, absolutamente necessárias para o desenvolvimento profissional.



Google Partner Premier

O gigante tecnológico americano atribuiu à TECH o distintivo Google Partner Premier. Este prémio, que só está disponível para 3% das empresas no mundo, destaca a experiência eficaz, flexível e adaptada que esta universidade proporciona aos estudantes. O reconhecimento não só acredita o máximo rigor, desempenho e investimento nas infra-estruturas digitais da TECH, mas também coloca esta universidade como uma das empresas de tecnologia mais avançadas do mundo.



A universidade mais bem classificada pelos seus alunos

Os principais sítios de classificação colocaram a TECH como a universidade mais bem classificada do mundo pelos seus estudantes. Este portal de resenhas, o mais fiável e prestigiado por verificar e validar a autenticidade de cada opinião publicada, atribuiu à TECH a sua classificação mais alta, 4,9 em 5, com base em mais de 1.000 resenhas recebidas. Estes números colocam a TECH como a referência universitária absoluta a nível internacional.



03

Plano de estudos

Este Advanced Master abordará em detalhe a gestão e administração de Recursos Humanos, com um enfoque prático na seleção e recrutamento de pessoal, garantindo que os empresários sejam capazes de desenhar processos de seleção adaptados às necessidades da empresa. Além disso, incluirá um enfoque no comportamento organizacional e na cultura corporativa, tanto a nível nacional como internacional. Também serão desenvolvidas competências na aplicação de metodologias de vanguarda, como o coaching e a psicologia positiva, para motivar os colaboradores e potenciar o seu talento.





“

O plano de estudos foi concebido para oferecer uma visão integral e avançada da gestão empresarial, tendo em conta as últimas tendências globais e os desafios que enfrenta a alta direção”

Módulo 1. Liderança Ética e Responsabilidade Social das Empresas

- 1.1. Globalização e Governança
 - 1.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 1.1.2. Fundamentos do Governo Corporativo nas empresas
 - 1.1.3. O Papel do Conselho de Administração no painel do Governo Corporativo
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Liderança. Uma abordagem conceptual
 - 1.2.2. Liderança nas empresas
 - 1.2.3. A importância do Líder na gestão de empresas
- 1.3. *Cross Cultural Management*
 - 1.3.1. Conceito de Cross Cultural Management
 - 1.3.2. Contribuições para o Conhecimento das Culturas Nacionais
 - 1.3.3. Gestão da Diversidade
- 1.4. Desenvolvimento executivo e liderança
 - 1.4.1. Conceito de Desenvolvimento Executivo
 - 1.4.2. Conceito de liderança
 - 1.4.3. Teorias de liderança
 - 1.4.4. Estilos de liderança
 - 1.4.5. Inteligência na liderança
 - 1.4.6. Os desafios da liderança nos dias de hoje
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética e Moral
 - 1.5.2. Ética Empresarial
 - 1.5.3. Liderança e ética nas empresas
- 1.6. Sustentabilidade
 - 1.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. Empresas sustentáveis
- 1.7. Responsabilidade Social da Empresa
 - 1.7.1. Dimensão internacional da Responsabilidade Social das Empresas
 - 1.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
 - 1.7.3. Impacto e medição da Responsabilidade Social das Empresas

- 1.8. Sistemas e ferramentas de Gestão responsável
 - 1.8.1. RSE: Responsabilidade social empresarial
 - 1.8.2. Aspectos essenciais para a aplicação de uma estratégia de gestão responsável
 - 1.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão da responsabilidade social das empresas
 - 1.8.4. Ferramentas e Padrões da RSE
- 1.9. Multinacionais e direitos humanos
 - 1.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 1.9.2. Empresas Multinacionais perante o direito internacional
 - 1.9.3. Instrumentos jurídicos para as multinacionais no domínio dos direitos humanos
- 1.10. Meio legal e *Corporate Governance*
 - 1.10.1. Normas Internacionais de importação e exportação
 - 1.10.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 1.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 2. Direção estratégica e *Management* Executivo

- 2.1. Análise e design organizacional
 - 2.1.1. Quadro Conceitual
 - 2.1.2. Fatores-chave no design organizacional
 - 2.1.3. Modelos básicos de organizações
 - 2.1.4. Design organizacional: tipologias
- 2.2. Estratégia Empresarial
 - 2.2.1. Estratégia empresarial competitiva
 - 2.2.2. Estratégias de crescimento: Tipologia
 - 2.2.3. Quadro conceitual
- 2.3. Planeamento e Formulação Estratégica
 - 2.3.1. Quadro Conceitual
 - 2.3.2. Elementos da Planificação Estratégica
 - 2.3.3. Formulação estratégica: Processo da Planificação Estratégica
- 2.4. Pensamento estratégico
 - 2.4.1. A empresa como um sistema
 - 2.4.2. Conceito de organização

- 2.5. Diagnóstico financeiro
 - 2.5.1. Conceito de Diagnóstico Financeiro
 - 2.5.2. Etapas do diagnóstico financeiro
 - 2.5.3. Métodos de Avaliação para o Diagnóstico Financeiro
- 2.6. Planejamento e estratégia
 - 2.6.1. O Plano de uma Estratégia
 - 2.6.2. Posicionamento Estratégico
 - 2.6.3. A Estratégia da Empresa
- 2.7. Modelos e Padrões Estratégicos
 - 2.7.1. Quadro Conceitual
 - 2.7.2. Modelos Estratégicos
 - 2.7.3. Padrões Estratégicos: Os Cinco P's da Estratégia
- 2.8. Estratégia competitiva
 - 2.8.1. A Vantagem Competitiva
 - 2.8.2. A Escolha de uma Estratégia Competitiva
 - 2.8.3. Estratégias de acordo com o Modelo do Relógio Estratégico
 - 2.8.4. Tipos de Estratégias de acordo com o ciclo de vida do setor industrial
- 2.9. Gestão Estratégica
 - 2.9.1. O conceito de Estratégia
 - 2.9.2. O processo de gestão estratégica
 - 2.9.3. Abordagens à gestão estratégica
- 2.10. Implementação da Estratégia
 - 2.10.1. Sistemas de Indicadores e Abordagem por Processos
 - 2.10.2. Mapa estratégico
 - 2.10.3. Alienação estratégica
- 2.11. *Management* Executivo
 - 2.11.1. Marco competual do *Management* Executivo
 - 2.11.2. *Management* Executivo. O Papel do Conselho de Administração e ferramentas de gestão corporativas
- 2.12. Comunicação Estratégica
 - 2.12.1. Comunicação interpessoal
 - 2.12.2. Capacidade de comunicação e influência
 - 2.12.3. Comunicação interna
 - 2.12.4. Obstáculos à comunicação empresarial

Módulo 3. Direção de pessoas e gestão do talento

- 3.1. Comportamento Organizacional
 - 3.1.1. Comportamento Organizacional Quadro Conceitual
 - 3.1.2. Principais fatores do comportamento organizacional
- 3.2. As pessoas nas organizações
 - 3.2.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
 - 3.2.2. Equipas de trabalho e direção de reuniões
 - 3.2.3. Coaching e gestão de equipas
 - 3.2.4. Gestão da igualdade e da diversidade
- 3.3. Direção Estratégica de pessoas
 - 3.3.1. Direção Estratégica e recursos humanos
 - 3.3.2. Gestão estratégica de pessoas
- 3.4. Desenvolvimento de Recursos. Uma visão integrada
 - 3.4.1. A importância dos RH
 - 3.4.2. Um novo meio para a gestão e liderança de pessoas
 - 3.4.3. Direção estratégica de RH
- 3.5. Seleção, dinâmicas de grupo e recrutamento de RH
 - 3.5.1. Abordagem ao recrutamento e à seleção
 - 3.5.2. Recrutamento
 - 3.5.3. O processo de seleção
- 3.6. Gestão de recursos humanos baseada na competência
 - 3.6.1. Análise do potencial
 - 3.6.2. Política de remuneração
 - 3.6.3. Planejamento de carreira/sucessão
- 3.7. Avaliação da produtividade e gestão do desempenho
 - 3.7.1. Gestão de desempenho
 - 3.7.2. Gestão do desempenho: objetivos e processo
- 3.8. Gestão da formação
 - 3.8.1. Teorias da aprendizagem
 - 3.8.2. Identificação e retenção de talento
 - 3.8.3. Gamificação e gestão de talento
 - 3.8.4. Formação e obsolescência profissional

- 3.9. Gestão do talento
 - 3.9.1. Chaves para uma gestão positiva
 - 3.9.2. Origem conceitual do talento e a sua implicação na empresa
 - 3.9.3. Mapa de talentos na organização
 - 3.9.4. Custo e valor acrescentado
- 3.10. Inovação na gestão de talentos e pessoas
 - 3.10.1. Modelos estratégicos de gestão de talentos
 - 3.10.2. Identificação, formação e desenvolvimento de talentos
 - 3.10.3. Fidelização e retenção
 - 3.10.4. Proatividade e inovação
- 3.11. Motivação
 - 3.11.1. A natureza da motivação
 - 3.11.2. Teoria das expectativas
 - 3.11.3. Teorias das necessidades
 - 3.11.4. Motivação e compensação financeira
- 3.12. *Employer Branding*
 - 3.12.1. *Employer Branding* em RH
 - 3.12.2. Personal Branding para profissionais de RH
- 3.13. Desenvolvimento de equipas de alto desempenho
 - 3.13.1. Equipas de elevado desempenho: equipas autogeridas
 - 3.13.2. Metodologias para a gestão de equipas autogeridas de alto desempenho
- 3.14. Desenvolvimento de competências de gestão
 - 3.14.1. O que são as competências de gestão?
 - 3.14.2. Elementos das competências
 - 3.14.3. Conhecimento
 - 3.14.4. Competências de gestão
 - 3.14.5. Atitudes e valores nos gestores
 - 3.14.6. Competências de gestão
- 3.15. Gestão do tempo
 - 3.15.1. Benefícios
 - 3.15.2. Quais podem ser as causas de uma má gestão do tempo?
 - 3.15.3. Tempo
 - 3.15.4. As ilusões do tempo
 - 3.15.5. Atenção e memória
 - 3.15.6. Estado mental
 - 3.15.7. Gestão do tempo
 - 3.15.8. Proatividade
 - 3.15.9. Ser claro quanto ao objetivo
 - 3.15.11. Ordem
 - 3.15.11. Planeamento
- 3.16. Gestão da mudança
 - 3.16.1. Gestão da mudança
 - 3.16.2. Desenvolvimento de sistemas de gestão de mudança
 - 3.16.3. Etapas ou fases da gestão da mudança
- 3.17. Negociação e gestão de conflitos
 - 3.17.1. Negociação
 - 3.17.2. Gestão de Conflitos
 - 3.17.3. Gestão de Crises
- 3.18. Comunicação executiva
 - 3.18.1. Comunicação interna e externa no ambiente empresarial
 - 3.18.2. Departamentos de Comunicação
 - 3.18.3. A pessoa responsável pela comunicação da empresa. O perfil do DirCom
- 3.19. Gestão de Recursos Humanos e equipas PRL
 - 3.19.1. Gestão de recursos humanos e equipas
 - 3.19.2. Prevenção de riscos laborais
- 3.20. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 3.20.1. Produtividade
 - 3.20.2. Alavancas de atração e retenção de talentos

- 3.21. Compensação monetária vs. Não-monetária
 - 3.21.1. Compensação monetária vs. Não monetária
 - 3.21.2. Modelos de tabelas salariais
 - 3.21.3. Modelos de compensação não monetária
 - 3.21.4. Modelo de trabalho
 - 3.21.5. Comunidade empresarial
 - 3.21.6. A Imagem da empresa
 - 3.21.7. Salário emocional
 - 3.22. Inovação na gestão de talentos e pessoas
 - 3.22.1. Inovação nas Organizações
 - 3.22.2. Novos desafios para o departamento de Recursos Humanos
 - 3.22.3. Gestão da Inovação
 - 3.22.4. Ferramentas para a Inovação
 - 3.23. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.23.1. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.23.2. Implementação da gestão do conhecimento
 - 3.24. Transformação de recursos humanos na era digital
 - 3.24.1. O contexto socioeconómico
 - 3.24.2. Novas formas de organização empresarial
 - 3.24.3. Novas metodologias
- Módulo 4. Direção económico-financeira**
- 4.1. Enquadramento Económico
 - 4.1.1. Enquadramento macroeconómico e sistema financeiro nacional
 - 4.1.2. Instituições financeiras
 - 4.1.3. Mercados financeiros
 - 4.1.4. Ativos financeiros
 - 4.1.5. Outras entidades do setor financeiro
 - 4.2. O financiamento da empresa
 - 4.2.1. Fontes de financiamento
 - 4.2.2. Taxas de custo de financiamento
 - 4.3. Contabilidade Diretiva
 - 4.3.1. Conceitos básicos
 - 4.3.2. O Ativo da empresa
 - 4.3.3. O Passivo da empresa
 - 4.3.4. O Património Líquido da empresa
 - 4.3.5. A Declaração de Rendimentos
 - 4.4. Da contabilidade geral à contabilidade de custos
 - 4.4.1. Elementos de cálculo de custos
 - 4.4.2. A despesa em contabilidade geral e em contabilidade de custos
 - 4.4.3. Classificação dos custos
 - 4.5. Sistemas de informação e Business Intelligence
 - 4.5.1. Fundamentos e classificação
 - 4.5.2. Fases e métodos de repartição de custos
 - 4.5.3. Escolha do centro de custos e efeito
 - 4.6. Orçamento e Controlo de Gestão
 - 4.6.1. O modelo orçamental
 - 4.6.2. O Orçamento de Capital
 - 4.6.3. O Orçamento Operacional
 - 4.6.5. Orçamento de Tesouraria
 - 4.6.6. Controlo orçamental
 - 4.7. Gestão de tesouraria
 - 4.7.1. Fundo de Maneio Contábil e Fundo de Maneio Necessário
 - 4.7.2. Cálculo das necessidades operacionais de tesouraria
 - 4.7.3. *Credit Management*
 - 4.8. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.8.1. Conceitos básicos de fiscalidade
 - 4.8.2. O imposto sobre as sociedades
 - 4.8.3. O imposto sobre o valor acrescentado
 - 4.8.4. Outros impostos relacionados com a atividade comercial
 - 4.8.5. A empresa como facilitadora da labor do Estado

- 4.9. Sistemas de controlo empresarial
 - 4.9.1. Análise dos balanços financeiros
 - 4.9.2. O Balanço da empresa
 - 4.9.3. A Conta de Ganhos e Perdas
 - 4.9.4. A Demonstração dos Fluxos de Caixa
 - 4.9.5. Análise de Rácios
- 4.10. Direção Financeira
 - 4.10.1. As decisões financeiras da empresa
 - 4.10.2. O departamento financeiro
 - 4.10.3. Excedentes de tesouraria
 - 4.10.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 4.10.5. Gestão de riscos da gestão financeira
- 4.11. Planeamento Financeiro
 - 4.11.1. Definição de planeamento financeiro
 - 4.11.2. Ações a realizar no planeamento financeiro
 - 4.11.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 4.11.4. O quadro *Cash Flow*
 - 4.11.5. O quadro do ativo circulante
- 4.12. Estratégia Financeira Empresarial
 - 4.12.1. Estratégia empresarial e fontes de financiamento
 - 4.12.2. Produtos financeiros para empresas
- 4.13. Contexto Macroeconómico
 - 4.13.1. Contexto macroeconómico
 - 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
 - 4.13.3. Mecanismos de controlo das magnitudes macroeconómicas
 - 4.13.4. Os ciclos económicos
- 4.14. Financiamento Estratégico
 - 4.14.1. Autofinanciamento
 - 4.14.2. Aumento dos fundos próprios
 - 4.14.3. Recursos híbridos
 - 4.14.4. Financiamento através de intermediários
- 4.15. Mercados monetários e de capitais
 - 4.15.1. O Mercado Monetário
 - 4.15.2. O Mercado de Renda Fixa
 - 4.15.3. O Mercado de Renda Variável
 - 4.15.4. O Mercado de Divisas
 - 4.15.5. O Mercado de Derivados
- 4.16. Análise e planeamento financeiro
 - 4.16.1. Análise do Balanço de Situação
 - 4.16.2. Análise da Conta de Resultados
 - 4.16.3. Análise da Rentabilidade
- 4.17. Análise e resolução de casos/problemas
 - 4.17.1. Informações financeiras sobre a Industria de Design y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Direção de operações e logística

- 5.1. Direção e Gestão de Operações
 - 5.1.1. A função das operações
 - 5.1.2. O impacto das operações na gestão da empresa
 - 5.1.3. Introdução à Estratégia de Operações
 - 5.1.4. Introdução à Estratégia de Operações
- 5.2. Organização industrial e logística
 - 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
 - 5.2.2. Departamento de Organização Industrial
- 5.3. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO...)
 - 5.3.1. Sistemas de produção
 - 5.3.2. Estratégia de produção
 - 5.3.3. Sistemas de gestão de Inventário
 - 5.3.4. Indicadores de produção
- 5.4. Estrutura e tipos de aprovisionamento
 - 5.4.1. Função de aprovisionamento
 - 5.4.2. Gestão de aprovisionamento
 - 5.4.3. Tipos de compras
 - 5.4.4. Gestão eficaz das compras de uma empresa
 - 5.4.5. Fases do processo de decisão de compra

- 5.5. Controlo económico de compras
 - 5.5.1. Influência económica das compras
 - 5.5.2. Centro de custos
 - 5.5.3. Orçamento
 - 5.5.4. Orçamento vs. despesas efetivas
 - 5.5.5. Ferramentas de controlo orçamental
- 5.6. Controlo das operações de armazém
 - 5.6.1. Controlo de inventário
 - 5.6.2. Sistema de localização
 - 5.6.3. Técnicas de gestão de stock
 - 5.6.4. Sistema de armazenamento
- 5.7. Gestão estratégica de compras
 - 5.7.1. Estratégia empresarial
 - 5.7.2. Planeamento estratégico
 - 5.7.3. Estratégia de compras
- 5.8. Tipologias da Cadeia de Abastecimento (SCM)
 - 5.8.1. Cadeia de abastecimento
 - 5.8.2. Benefícios da gestão da cadeia abastecimento
 - 5.8.3. Gestão logística da cadeia de abastecimento
- 5.9. *Supply Chain Management*
 - 5.9.1. Conceito de Gestão da Cadeia de Abastecimento (SCM)
 - 5.9.2. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 5.9.3. Padrões de Procura
 - 5.9.4. A estratégia de operação e de mudança
- 5.10. Interações do SCM com todas as áreas
 - 5.10.1. Interação da cadeia de abastecimento
 - 5.10.2. Interação da cadeia de abastecimento. Integração por partes
 - 5.10.3. Problemas de integração da cadeia de abastecimento
 - 5.10.4. Cadeia de abastecimento 4,0
- 5.11. Custos logísticos
 - 5.11.1. Custos logísticos
 - 5.11.2. Problemas de custos logísticos
 - 5.11.3. Otimização dos custos logísticos
- 5.12. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS
 - 5.12.1. Cadeia logística
 - 5.12.2. Rentabilidade e eficiência da cadeia Logística
 - 5.12.3. Indicadores de rentabilidade e eficiência da cadeia Logística
- 5.13. Gestão de processos
 - 5.13.1. Gestão de processos
 - 5.13.2. Abordagem baseada em processos: mapa de processos
 - 5.13.3. Melhorias na gestão de processos
- 5.14. Distribuição e logística de transportes
 - 5.14.1. Distribuição na cadeia de abastecimento
 - 5.14.2. Logística de Transportes
 - 5.14.3. Sistemas de Informação Geográfica em apoio à Logística
- 5.15. Logística e clientes
 - 5.15.1. Análise da procura
 - 5.15.2. Previsão da Procura e das Vendas
 - 5.15.3. Planeamento de Vendas e Operações
 - 5.15.4. Planeamento participativo, previsão e reabastecimento (CPFR)
- 5.16. Logística internacional
 - 5.16.1. Processos de exportação e importação
 - 5.16.2. Alfândega
 - 5.16.3. Métodos e Meios de Pagamento Internacionais
 - 5.16.4. Plataformas logísticas a nível internacional
- 5.17. *Outsourcing* de operações
 - 5.17.1. Gestão de operações e *Outsourcing*
 - 5.17.2. Implementação do outsourcing em ambientes logísticos
- 5.18. Competitividade nas operações
 - 5.18.1. Gestão de Operações
 - 5.18.2. Competitividade operacional
 - 5.18.3. Estratégia de operações e vantagens competitivas
- 5.19. Gestão da qualidade
 - 5.19.1. Clientes internos e externos
 - 5.19.2. Os custos da qualidade
 - 5.19.3. Melhoria Contínua e a filosofia *Deming*

Módulo 6. Direção de sistemas de informação

- 6.1. Meios tecnológicos
 - 6.1.1. Tecnologia e globalização
 - 6.1.2. Enquadramento económico e tecnologia
 - 6.1.3. O ambiente tecnológico e o seu impacto nas empresas
- 6.2. Sistemas e tecnologias de informação nas empresas
 - 6.2.1. Evolução do modelo de TI
 - 6.2.2. Organização e Departamento de TI
 - 6.2.3. As tecnologias da informação e o ambiente económico
- 6.3. Estratégia empresarial e estratégia tecnológica
 - 6.3.1. Criação de valor para clientes e acionistas
 - 6.3.2. Decisões estratégicas SI/TI
 - 6.3.3. Estratégia empresarial vs. estratégia tecnológica e digital
- 6.4. Direção de Sistemas de informação
 - 6.4.1. Governança Empresarial da tecnologia e dos sistemas de informação
 - 6.4.2. Gestão dos sistemas de informação nas empresas
 - 6.4.3. Gestores de sistemas de informação especializados: papéis e funções
- 6.5. Planeamento Estratégico de Sistemas de Informação
 - 6.5.1. Planeamento Estratégico de Sistemas de Informação
 - 6.5.2. Planeamento estratégico dos sistemas de informação
 - 6.5.3. Fases do planeamento estratégico dos sistemas de informação
- 6.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
 - 6.6.1. *Business intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC ou Painel de controle Integrado
- 6.7. Exploração de informação
 - 6.7.1. SQL: Bases de dados relacionais. Conceitos básicos
 - 6.7.2. Redes e comunicações
 - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de dados normalizados
 - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional e *dashboards* gráficos
 - 6.7.5. Análise estratégica de BBDD e composição do relatório
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
 - 6.8.1. O mundo dos dados
 - 6.8.2. Conceitos relevantes
 - 6.8.3. Principais características
 - 6.8.4. Soluções no mercado atual
 - 6.8.5. Arquitetura geral de uma solução BI
 - 6.8.6. Cibersegurança em BI e Data Science
- 6.9. Novo conceito empresarial
 - 6.9.1. Porquê a BI?
 - 6.9.2. Obtenção da Informação
 - 6.9.3. Obtenção da Informação
 - 6.9.4. Razões para investir em BI
- 6.10. Ferramentas e soluções de BI
 - 6.10.1. Como escolher a melhor ferramenta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
 - 6.10.4. Prometheus
- 6.11. Planeamento e gestão do Projeto BI
 - 6.11.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
 - 6.11.2. Solução BI para empresas
 - 6.11.3. Requisitos e objetivos
- 6.12. Aplicações de gestão empresarial
 - 6.12.1. Sistemas de informação e gestão empresarial
 - 6.12.2. Aplicações para a gestão de empresas
 - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* ou ERP
- 6.13. Transformação Digital
 - 6.13.1. Quadro conceitual da transformação digital
 - 6.13.2. Transformação digital: elementos-chave, vantagens e desvantagens
 - 6.13.3. Transformação digital nas empresas
- 6.14. Tecnologias e tendências
 - 6.14.1. Principais tendências tecnológicas que estão a mudar os modelos de negócio
 - 6.14.2. Análise das principais tecnologias emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
 - 6.15.1. Marco conceptual do *outsourcing*
 - 6.15.2. *Outsourcing* de TI e o seu impacto nas empresas
 - 6.15.3. Chaves para a implementação de projetos empresariais de *outsourcing* de TI

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégico e Comunicação Corporativa

- 7.1. Gestão comercial
 - 7.1.1. Marco conceptual da Gestão comercial
 - 7.1.2. Estratégia e planeamento empresarial
 - 7.1.3. O papel dos diretores comerciais
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Conceito de Marketing
 - 7.2.2. Elementos básicos do marketing
 - 7.2.3. Atividades de marketing na empresa
- 7.3. Gestão Estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Conceito de Marketing estratégico
 - 7.3.2. Conceito de Planeamento Estratégico de Marketing
 - 7.3.3. Etapas do processo de Planeamento Estratégico de Marketing
- 7.4. Marketing digital e comércio eletrónico
 - 7.4.1. Objetivos do Marketing digital e comércio eletrónico
 - 7.4.2. Marketing Digital e meios utilizados
 - 7.4.3. Comércio eletrónico. Contexto geral
 - 7.4.4. Categorias do comércio eletrónico
 - 7.4.5. Vantagens e desvantagens do *Ecommerce* versus o comércio tradicional
- 7.5. *Managing digital business*
 - 7.5.1. Estratégia competitiva face ao aumento da digitalização dos meios
 - 7.5.2. Conceção e criação de um Plano de Marketing Digital
 - 7.5.3. Análise do ROI no plano de Marketing Digital
- 7.6. Marketing Digital para reforçar a marca
 - 7.6.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
 - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estratégia de Marketing Digital
 - 7.7.1. Definir a Estratégia de Marketing Digital
 - 7.7.2. Ferramentas de uma estratégia de Marketing Digital
- 7.8. Marketing digital para atrair e fidelizar clientes
 - 7.8.1. Estratégias de fidelização e envolvimento através da Internet
 - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
 - 7.8.3. Hipersegmentação
- 7.9. Gestão de campanhas digitais
 - 7.9.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 7.9.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
 - 7.9.3. Erros nas campanhas de publicidade digital
- 7.10. Plano de marketing online
 - 7.10.1. O que é um plano de Marketing online?
 - 7.10.2. Passos para criar um plano de Marketing Online
 - 7.10.3. Vantagens de ter um plano de Marketing Online
- 7.11. *Blended marketing*
 - 7.11.1. O que é o *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Diferenças entre Marketing Online e Offline
 - 7.11.3. Aspetos a ter em conta A estratégia de *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Características de uma estratégia de *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Recomendações em *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Benefícios do *Blended Marketing*
- 7.12. Estratégia de vendas
 - 7.12.1. Estratégia de vendas
 - 7.12.2. Métodos de vendas
- 7.13. Comunicação Empresarial
 - 7.13.1. Conceito
 - 7.13.2. Importância da comunicação na organização
 - 7.13.3. Tipo de comunicação na organização
 - 7.13.4. Funções da comunicação na organização
 - 7.13.5. Elementos da comunicação
 - 7.13.6. Problemas da comunicação
 - 7.13.7. Cenários da comunicação
- 7.14. Estratégia de Comunicação Empresarial
 - 7.14.1. Programas de motivação, ação social, participação e de formação de RH
 - 7.14.2. Ferramentas e meios de comunicação interna
 - 7.14.3. O plano de comunicação interna
- 7.15. Comunicação e reputação digital
 - 7.15.1. A reputação online
 - 7.15.2. Como medir a reputação digital?
 - 7.15.3. Ferramentas de reputação online
 - 7.15.4. Relatório de reputação online
 - 7.15.5. *Branding* online

Módulo 8. Investigação de mercados, publicidade e direção comercial

- 8.1. Investigação de Mercados
 - 8.1.1. Estudos de mercado: origem histórica
 - 8.1.2. Análise e evolução do marco conceptual da investigação de mercados
 - 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor da investigação de mercados
- 8.2. Métodos e técnicas de investigação quantitativa
 - 8.2.1. Dimensão da amostra
 - 8.2.2. Amostragem
 - 8.2.3. Tipos de técnicas quantitativas
- 8.3. Métodos e técnicas de investigação qualitativa
 - 8.3.1. Tipos de Investigação Qualitativa
 - 8.3.2. Técnicas de Investigação Qualitativa
- 8.4. Segmentação de mercados
 - 8.4.1. Conceito de segmentação de mercados
 - 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
 - 8.4.3. Segmentação de mercados de consumo
 - 8.4.4. Segmentação de mercados industriais
 - 8.4.5. Estratégias de segmentação
 - 8.4.6. A segmentação baseada em critérios de marketing-mix
 - 8.4.7. Metodologia de segmentação do mercado
- 8.5. Gestão de projetos de investigação
 - 8.5.1. Investigação de Mercados como um processo
 - 8.5.2. Etapas do planeamento em estudos de Mercado
 - 8.5.3. Etapas de execução em estudos de Mercado
 - 8.5.4. Gestão de Projetos de Investigação
- 8.6. Estudos de mercados internacionais
 - 8.6.1. Estudos de mercados internacionais
 - 8.6.2. Processo dos estudos de Mercados Internacionais
 - 8.6.3. A importância das fontes secundárias nos Estudos de Mercado Internacionais
- 8.7. Estudos de viabilidade
 - 8.7.1. Conceito e utilidade
 - 8.7.2. Esquema de um estudo de viabilidade
 - 8.7.3. Desenvolvimento de um estudo de viabilidade





- 8.8. Publicidade
 - 8.8.1. Antecedentes históricos da Publicidade
 - 8.8.2. Enquadramento concetual da Publicidade; princípios, conceito de briefing e posicionamento
 - 8.8.3. Agências de publicidade, agências de meios de comunicação e profissionais da publicidade
 - 8.8.4. Importância da publicidade nos negócios
 - 8.8.5. Tendências e desafios da publicidade
- 8.9. Desenvolvimento do plano de Marketing
 - 8.9.1. Conceito do Plano de Marketing
 - 8.9.2. Análise e Diagnóstico da Situação
 - 8.9.3. Decisões Estratégicas de Marketing
 - 8.9.4. Decisões Operativas de Marketing
- 8.10. Estratégias de promoção e *Merchandising*
 - 8.10.1. Comunicação de Marketing Integrado
 - 8.10.2. Plano de Comunicação Publicitária
 - 8.10.3. O *Merchandising* como técnica de Comunicação
- 8.11. Planeamento de meios
 - 8.11.1. Origem e evolução do planeamento dos meios
 - 8.11.2. Meios de comunicação
 - 8.11.3. Plano dos meios
- 8.12. Fundamentos da gestão empresarial
 - 8.12.1. O papel da Gestão Comercial
 - 8.12.2. Sistemas de análise da situação competitiva da empresa/mercado
 - 8.12.3. Sistemas de planeamento comercial da empresa
 - 8.12.4. Principais estratégias competitivas
- 8.13. Negociação comercial
 - 8.13.1. Negociação comercial
 - 8.13.2. As questões psicológicas da negociação
 - 8.13.3. Principais métodos de negociação
 - 8.13.4. O processo de negociação
- 8.14. Tomada de decisões em gestão comercial
 - 8.14.1. Estratégia empresarial e estratégia competitiva
 - 8.14.2. Modelos de tomada de decisão
 - 8.14.3. Análise e ferramentas para a tomada de decisões
 - 8.14.4. Comportamento humano na tomada de decisões

- 8.15. Direção e coaching da rede de vendas
 - 8.15.1. Sales Management. Gestão de vendas
 - 8.15.2. Redes ao serviço da atividade comercial
 - 8.15.3. Políticas de seleção e formação de vendedores
 - 8.15.4. Sistemas de remuneração das redes comerciais próprias e externas
 - 8.15.5. Gestão do processo comercial Controlo e assistência ao trabalho dos comerciais com base na informação
- 8.16. Implementação da função comercial
 - 8.16.1. Contratação de comerciais próprios e agentes comerciais
 - 8.16.2. Controlo da atividade comercial
 - 8.16.3. O código deontológico do pessoal comercial
 - 8.16.4. Cumprimento Normativo:
 - 8.16.5. Normas de conduta empresarial geralmente aceites
- 8.17. Gestão de contas-chave
 - 8.17.1. Conceito de Gestão de Contas-Chave
 - 8.17.2. O *Key Account Manager*
 - 8.17.3. Estratégia da Gestão de Contas-Chave
- 8.18. Gestão financeira e orçamental
 - 8.18.1. O limiar de rentabilidade
 - 8.18.2. O orçamento de vendas. Controlo de gestão e do plano anual de vendas
 - 8.18.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas comerciais
 - 8.18.4. Gestão de ciclos, rotações, rendibilidade e liquidez
 - 8.18.5. Demonstração dos resultados

Módulo 9. Inovação e Direção de Projetos

- 9.1. Inovação
 - 9.1.1. Introdução à inovação
 - 9.1.2. Inovação no ecossistema empresarial
 - 9.1.3. Instrumentos e ferramentas para o processo de inovação empresarial
- 9.2. Estratégias de Inovação
 - 9.2.1. Inteligência estratégica e inovação
 - 9.2.2. Estratégias de inovação
- 9.3. *Project Management* para *Startups*
 - 9.3.1. Conceito de *startup*
 - 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
 - 9.3.3. Etapas do desenvolvimento de uma *startup*
 - 9.3.4. O papel de um gestor de projetos numa *startup*

- 9.4. Design e validação do modelo de negócio
 - 9.4.1. Quadro concetual de um modelo de negócio
 - 9.4.2. Design validação de modelos de negócio
- 9.5. Direção e Gestão de Projetos
 - 9.5.1. Direção e Gestão de projetos: identificação de oportunidades para desenvolver projetos empresariais de inovação
 - 9.5.2. Principais etapas ou fases da direção e gestão de projetos de inovação
- 9.6. Gestão da mudança em projetos: gestão da formação
 - 9.6.1. Conceito de Gestão da Mudança
 - 9.6.2. O Processo de Gestão da Mudança
 - 9.6.3. A implementação da mudança
- 9.7. Gestão da comunicação de projetos
 - 9.7.1. Gestão das comunicações do projeto
 - 9.7.2. Conceitos-chave para a gestão das comunicações
 - 9.7.3. Tendências emergentes
 - 9.7.4. Adaptação à equipa
 - 9.7.5. Planificar a gestão das comunicações
 - 9.7.6. Gerir as comunicações
 - 9.7.7. Monitorizar as comunicações
- 9.8. Metodologias tradicionais e inovadoras
 - 9.8.1. Metodologias inovadoras
 - 9.8.2. Princípios básicos do Scrum
 - 9.8.3. Diferenças entre os principais aspetos do Scrum e as metodologias tradicionais
- 9.9. Criação de uma *Startup*
 - 9.9.1. Criação de uma *Startup*
 - 9.9.2. Organização e cultura
 - 9.9.3. As dez principais razões para o fracasso das empresas *startups*
 - 9.9.4. Aspetos legais
- 9.10. Planeamento da gestão de risco em projetos
 - 9.10.1. Planear riscos
 - 9.10.2. Elementos para a criação de um plano de gestão de riscos
 - 9.10.3. Ferramentas para a criação de um plano de gestão de riscos
 - 9.10.4. Conteúdos do plano de gestão de riscos

Módulo 10. Management Diretivo

- 10.1. General Management
 - 10.1.1. Conceito de General Management
 - 10.1.2. A ação do Diretor Geral
 - 10.1.3. O Diretor Geral e as suas funções
 - 10.1.4. Transformação do trabalho da direção
- 10.2. O gestor e as suas funções A cultura organizacional e as suas abordagens
 - 10.2.1. O gestor e as suas funções A cultura organizacional e as suas abordagens
- 10.3. Gestão de operações
 - 10.3.1. Importância da direção
 - 10.3.2. A cadeia de valor
 - 10.3.3. Gestão de qualidade
- 10.4. Oratória e capacitação de porta-voz
 - 10.4.1. Comunicação interpessoal
 - 10.4.2. Capacidade de comunicação e influência
 - 10.4.3. Barreiras na comunicação
- 10.5. Ferramentas de comunicação pessoais e organizacionais
 - 10.5.1. A comunicação interpessoal
 - 10.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 10.5.3. A comunicação nas organizações
 - 10.5.4. Ferramentas na organização
- 10.6. Comunicação em situações de crise
 - 10.6.1. Crise
 - 10.6.2. Fases da crise
 - 10.6.3. Mensagens: conteúdos e momentos
- 10.7. Preparação de um plano de crise
 - 10.7.1. Análise de potenciais problemas
 - 10.7.2. Planejamento
 - 10.7.3. Adequação do pessoal

- 10.8. Inteligência emocional
 - 10.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 10.8.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
 - 10.8.3. Autoestima e comunicação emocional
- 10.9. Branding Pessoal
 - 10.9.1. Estratégias para desenvolver a marca pessoal
 - 10.9.2. Leis do branding pessoal
 - 10.9.3. Ferramentas da construção de marcas pessoais
- 10.10. Liderança e gestão de equipas
 - 10.10.1. Liderança e estilos de liderança
 - 10.10.2. Capacidades e desafios do Líder
 - 10.10.3. Gestão de Processos de Mudança
 - 10.10.4. Gestão de Equipas Multiculturais

Módulo 11. Direção estratégica de RH

- 11.1. Evolução dos RH. Uma visão integrada
- 11.2. Pensamento estratégico e sistema
- 11.3. Planeamento e gestão de projetos no departamento de RH
- 11.4. Conceção organizacional estratégica
- 11.5. Conceção, recrutamento e seleção de empregos
- 11.6. Liderança estratégica
- 11.7. Auditoria e controlo de gestão dos recursos humanos

Módulo 12. Processo de gestão e administração de RRHH

- 12.1. Recrutamento
- 12.2. Intermediação laboral
- 12.3. Relações Laborais e tecnologia da informação
- 12.4. Despedimentos e reestruturação de equipas
- 12.5. Negociação coletiva
- 12.6. Incapacidade de trabalho e saúde
- 12.7. Saúde e qualidade do trabalho

Módulo 13. Comportamento organizacional

- 13.1. Cultura organizativa
- 13.2. Estrutura das organizações
- 13.3. Gestão da organização
- 13.4. Comportamento e mudança organizacional
- 13.5. Poder e política
- 13.6. Organização do departamento de RH
- 13.7. As pessoas nas organizações
- 13.8. Gestão do conhecimento

Módulo 14. *Executive coaching*

- 14.1. *Neuromanagement*
- 14.2. Autocontrolo e autoeficácia
- 14.3. *Coaching*
- 14.4. Psicologia Positiva
- 14.5. Direção e Inteligência Emocional
- 14.6. Empatia e colaboração
- 14.7. Gestão do tempo

Módulo 15. Gestão do talento

- 15.1. Análise do posto de trabalho
- 15.2. Seleção, dinâmicas de grupo e recrutamento de RH
- 15.3. Gestão de recursos humanos baseada na competência
- 15.4. Avaliação da produtividade e gestão do desempenho
- 15.5. Gestão da formação
- 15.6. Gestão do talento
- 15.7. Inovação na gestão de talentos e pessoas
- 15.8. Motivação
- 15.9. *Employer Branding*
- 15.10. Desenvolvimento de equipas de alto desempenho





Módulo 16. Comunicação estratégica

- 16.1. Comunicação nas organizações
- 16.2. Comunicação interna e plano de comunicação integrado
- 16.3. Comunicação interpessoal
- 16.4. Comunicação aberta
- 16.5. Negociação

Módulo 17. Ética e responsabilidade social corporativa

- 17.1. Função diretiva e a RSE
- 17.2. *Corporate responsibility*

Módulo 18. Transformação dos Recursos Humanos na era digital

- 18.1. Novas formas de organização e novas metodologias de trabalho
- 18.2. Competências digitais e marca profissional
- 18.3. RRHH e análise de dados
- 18.4. A gestão de pessoas na era digital

04

Objetivos de ensino

O objetivo principal será fornecer aos empresários as ferramentas necessárias para liderar de forma eficaz o talento humano dentro das suas organizações, adaptando-se a um ambiente empresarial globalizado e dinâmico. Assim, serão reforçadas as competências de liderança, otimizando a gestão de equipas e fomentando a criação de estratégias corporativas que aumentem a competitividade e o desempenho organizacional. Além disso, serão capacitados na implementação de práticas sustentáveis, na tomada de decisões em ambientes complexos e na aplicação de novas tecnologias nos Recursos Humanos, com o objetivo de garantir o sucesso a longo prazo.





“

Dominará ferramentas para gerir eficazmente as suas equipas na era digital, aproveitando as vantagens que as novas tecnologias permitem na gestão de Recursos Humanos”



Objetivos gerais

- ♦ Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da Alta Direção
- ♦ Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir os profissionais no ativo
- ♦ Aprofundar os critérios de sustentabilidade estabelecidos pelos padrões internacionais ao desenvolver um plano de negócios
- ♦ Desenvolver estratégias para a tomada de decisões num ambiente complexo e instável
- ♦ Promover a criação de estratégias empresariais que definam os passos a serem seguidos pela empresa para se tornar mais competitiva e atingir os seus próprios objetivos
- ♦ Trabalhar de forma mais efetiva, mais ágil e alinhada com as novas tecnologias e ferramentas atuais
- ♦ Esclarecer o cenário económico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças
- ♦ Ser capaz de administrar o plano económico e financeiro da empresa
- ♦ Compreender as operações logísticas que são necessárias no ambiente empresarial, a fim de desenvolver uma gestão adequada das mesmas
- ♦ Aplicar as tecnologias de informação e a comunicação às diferentes áreas da empresa
- ♦ Realizar a estratégia de marketing que nos permita dar a conhecer o nosso produto aos potenciais clientes e gerar uma imagem adequada da nossa empresa
- ♦ Abordar os mecanismos de distribuição da carga de trabalho dos recursos partilhados entre vários projetos
- ♦ Estabelecer diretrizes apropriadas para a adaptação da empresa à sociedade em mudança





- ♦ Obter uma visão holística da gestão de recursos humanos de uma empresa
- ♦ Analisar os processos de seleção nas empresas e o papel fundamental que desempenham no futuro
- ♦ Desenhar o processo de seleção e recrutamento de pessoal
- ♦ Analisar as vagas abertas e os perfis mais adequados para ocupar as funções e o seu posicionamento dentro da empresa
- ♦ Aprofundar os diferentes processos de seleção de pessoal
- ♦ Analisar as decisões das diferentes áreas através do modelo de cultura corporativa, tanto no âmbito nacional como internacional
- ♦ Conhecer as características e componentes do comportamento organizacional e da cultura organizacional
- ♦ Desenvolver metodologias e técnicas de vanguarda na gestão de pessoas e no desenvolvimento do talento dentro da organização
- ♦ Compreender as bases financeiras e contábeis da gestão de pessoal
- ♦ Potenciar as possibilidades que a tecnologia oferece através dos Recursos Humanos 2.0
- ♦ Saber aplicar técnicas de *coaching* e psicologia positiva para motivar os colaboradores
- ♦ Conhecer em profundidade os processos de gestão e administração de Recursos Humanos
- ♦ Aprofundar os diferentes canais de comunicação e a sua assertividade nos processos empresariais



Objetivos específicos

Módulo 1. Liderança Ética e Responsabilidade Social das Empresas

- ♦ Desenvolver competências de liderança ética que integrem princípios de responsabilidade social empresarial na tomada de decisões
- ♦ Capacitar na implementação de políticas de responsabilidade social que gerem um impacto positivo na comunidade e no ambiente

Módulo 2. Direção estratégica e *Management Executive*

- ♦ Aprofundar na formulação e execução de estratégias empresariais eficazes
- ♦ Obter competências na gestão de equipas dirigentes para melhorar o desempenho organizacional

Módulo 3. Direção de pessoas e gestão do talento

- ♦ Aprofundar na gestão eficaz do talento humano, focando-se na atração, desenvolvimento e retenção dos colaboradores chave
- ♦ Ser capaz de criar e gerir equipas de alto desempenho alinhadas com os objetivos organizacionais

Módulo 4. Direção económico-financeira

- ♦ Manusear ferramentas inovadoras para a tomada de decisões financeiras estratégicas que otimizem os recursos e assegurem a rentabilidade da empresa
- ♦ Capacitar na elaboração e gestão de orçamentos, relatórios financeiros e na análise da viabilidade de projetos

Módulo 5. Direção de operações e logística

- ♦ Desenvolver competências na planeamento, coordenação e controlo das operações logísticas dentro da cadeia de abastecimento
- ♦ Otimizar os processos operacionais e reduzir os custos associados à logística empresarial

Módulo 6. Direção de sistemas de informação

- ♦ Aprofundar na gestão estratégica de sistemas de informação que apoiem a tomada de decisões e a melhoria dos processos empresariais

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégico e Comunicação Corporativa

- ♦ Formar na criação e execução de estratégias comerciais e de marketing que alinhem a oferta empresarial com as demandas do mercado
- ♦ Desenvolver competências na gestão da comunicação corporativa para fortalecer a imagem da marca

Módulo 8. Investigação de mercados, publicidade e direção comercial

- ♦ Dominar o uso de ferramentas e metodologias para realizar investigações de mercado que identifiquem oportunidades de negócios
- ♦ Gerir campanhas publicitárias eficazes e tomar decisões estratégicas na direção comercial

Módulo 9. Inovação e Direção de Projetos

- ♦ Fomentar a capacidade para gerir projetos inovadores que aportem valor e diferenciem a empresa no mercado
- ♦ Desenvolver competências no planeamento, execução e controlo de projetos com um foco na inovação e na sustentabilidade

Módulo 10. *Management Executive*

- ♦ Obter competências para liderar equipas dirigentes em ambientes empresariais dinâmicos e globalizados
- ♦ Capacitar para a tomada de decisões estratégicas que otimizem os recursos e melhorem o desempenho organizacional

Módulo 11. Direção estratégica de RH

- ♦ Desenvolver competências para conceber e executar estratégias de Recursos Humanos alinhadas com os objetivos organizacionais
- ♦ Contribuir para a criação de uma vantagem competitiva através da gestão eficaz do capital humano

Módulo 12. Processo de gestão e administração de RRHH

- ♦ Gerir os processos-chave de recursos humanos, desde a seleção e contratação até à formação, desenvolvimento e compensação dos colaboradores
- ♦ Ser capaz de otimizar a administração e o desempenho organizacional

Módulo 13. Comportamento organizacional

- ♦ Analisar o comportamento individual e grupal dentro das organizações
- ♦ Desenvolver estratégias para melhorar a motivação, o desempenho e a dinâmica das equipas, promovendo uma cultura organizacional positiva

Módulo 14. Executive coaching

- ♦ Manusear técnicas sofisticadas de coaching executivo, proporcionando ferramentas e abordagens práticas para apoiar o desenvolvimento da liderança
- ♦ Otimizar a tomada de decisões e o desempenho dos executivos dentro das organizações

Módulo 15. Gestão do talento

- ♦ Adquirir competências para gerir o talento de forma eficaz, desde a identificação e atração dos melhores profissionais até à retenção e desenvolvimento das suas competências
- ♦ Criar um ambiente de trabalho produtivo e comprometido

Módulo 16. Comunicação estratégica

- ♦ Dispor de um conhecimento integral sobre a execução de estratégias de comunicação internas e externas, alinhando as mensagens organizacionais com os objetivos estratégicos
- ♦ Melhorar a relação com colaboradores, *stakeholders* e clientes

Módulo 17. Ética e responsabilidade social corporativa

- ♦ Fomentar uma compreensão profunda da ética profissional e da responsabilidade social corporativa
- ♦ Integrar práticas éticas e socialmente responsáveis na gestão empresarial e nas políticas de Recursos Humanos

Módulo 18. Transformação dos Recursos Humanos na era digital

- ♦ Gerir a mudança num ambiente digital, adotando tecnologias e soluções inovadoras que otimizem os processos de Recursos Humanos
- ♦ Melhorar a experiência do colaborador e apoiar a estratégia digital da organização

05

Oportunidades de carreira

Os alunos deste programa estarão capacitados para assumir funções chave como diretores de Recursos Humanos, *Chief Human Resources Officers (CHRO)*, consultores estratégicos em gestão do talento e responsáveis pelo desenvolvimento organizacional, entre outros. Além disso, a sua formação na criação de estratégias corporativas, na gestão da mudança e na aplicação de novas tecnologias em Recursos Humanos permitirá liderar equipas, otimizar processos e contribuir para o crescimento sustentável e competitivo de qualquer empresa, seja a nível nacional ou internacional.





“

Isto abrirá um vasto leque de oportunidades de carreira para os empresários, permitindo-lhes aceder a cargos de liderança e direção dentro das suas próprias organizações ou noutras empresas”

Perfil do egresso

O profissional estará capacitado para tomar decisões informadas e estratégicas em ambientes complexos e em constante mudança, promovendo uma cultura organizacional sólida e alinhada com os objetivos empresariais. Além disso, contará com um conhecimento profundo na gestão de Recursos Humanos, desenvolvimento do talento, sustentabilidade e na aplicação de tecnologias emergentes, o que lhe permitirá impulsionar a competitividade e o crescimento sustentável da empresa. Com uma abordagem prática e de inovação, também será capaz de liderar equipas multidisciplinares, conceber estratégias eficazes de seleção e desenvolvimento de pessoal, e gerir com sucesso os desafios que os mercados atuais apresentam.

Cobrirá áreas chave, como a logística empresarial, o Marketing estratégico e a distribuição de cargas de trabalho, essenciais para garantir o bom funcionamento da sua organização.

- ♦ **Liderança Estratégica:** Dirigir equipas em ambientes complexos e dinâmicos, alinhando as metas individuais e organizacionais para alcançar os objetivos empresariais de forma eficiente e com uma visão a longo prazo
- ♦ **Tomada de Decisões em Ambientes Incertos:** Tomar decisões informadas em condições de incerteza e mudanças constantes, utilizando dados, análise e critérios estratégicos para gerir os Recursos Humanos de forma ótima.
- ♦ **Gestão da Mudança e Adaptabilidade:** Liderar processos de transformação organizacional, adaptando-se a novos contextos e gerindo a mudança de forma eficaz, para que a empresa se mantenha competitiva e resiliente
- ♦ **Comunicação Assertiva e Gestão de Conflitos:** Interagir de forma clara e eficaz com equipas multidisciplinares, favorecendo um ambiente colaborativo e resolvendo conflitos de forma construtiva.



Depois de concluir o Advanced Master, poderá aplicar os seus conhecimentos e competências nos seguintes cargos:

- 1. Diretor de Recursos Humanos:** Responsável por liderar a estratégia de Recursos Humanos, gerindo o talento, o desenvolvimento organizacional e as políticas de bem-estar, alinhando os objetivos humanos com os empresariais.
- 2. Chief Human Resources Officer (CHRO):** Supervisiona todas as funções de Recursos Humanos, incluindo o planeamento estratégico de talento, a cultura corporativa e a gestão de mudanças organizacionais a nível global.
- 3. Consultor Estratégico em Recursos Humanos:** Oferece aconselhamento especializado na otimização de processos e na implementação de estratégias de Recursos Humanos que favoreçam o desenvolvimento do talento, a competitividade e a eficiência.
- 4. Responsável de Desenvolvimento Organizacional:** Lidera iniciativas para melhorar a estrutura organizacional e os processos internos, promovendo a eficiência operacional e o desenvolvimento contínuo dos colaboradores.
- 5. Diretor de Formação e Desenvolvimento:** Responsável por conceber e gerir programas de formação e desenvolvimento para os colaboradores, garantindo que sejam adquiridas as competências necessárias para alcançar os objetivos estratégicos da empresa.
- 6. Gerente de Seleção de Pessoal:** Dirige o processo de recrutamento e seleção, assegurando que os perfis mais adequados para cada posto sejam atraídos, alinhando as necessidades organizacionais com as capacidades do talento.
- 7. Responsável de Cultura e Clima Organizacional:** Supervisiona a criação e manutenção de uma cultura organizacional positiva, trabalhando na motivação, no compromisso e na satisfação dos colaboradores.
- 8. Diretor de Compensação e Benefícios:** Responsável por conceber e gerir os sistemas de compensação, remuneração e benefícios para os colaboradores, assegurando que sejam competitivos e alinhados com os objetivos da empresa.
- 9. Gerente de Relações Laborais:** Ocupe-se de gerir as relações entre a empresa e os colaboradores, negociando acordos laborais, gerindo conflitos e garantindo o cumprimento das normativas laborais.
- 10. Responsável de Transformação Digital em Recursos Humanos:** Lidera a implementação de tecnologias inovadoras na gestão de Recursos Humanos, aplicando ferramentas digitais para melhorar a eficiência dos processos de seleção, formação, gestão de desempenho e comunicação interna.



Profundizará na análise do ambiente económico e na elaboração de estratégias adaptadas às mudanças constantes do mercado, gerindo os recursos económicos e financeiros da sua empresa”

06

Metodologia de estudo

A TECH é a primeira universidade do mundo a unir a metodologia dos **case studies** com o **Relearning**, um sistema de aprendizado 100% online baseado na repetição guiada.

Essa estratégia de ensino inovadora foi projetada para oferecer aos profissionais a oportunidade de atualizar conhecimentos e desenvolver habilidades de forma intensiva e rigorosa. Um modelo de aprendizagem que coloca o aluno no centro do processo acadêmico e lhe dá o papel principal, adaptando-se às suas necessidades e deixando de lado as metodologias mais convencionais.



“

A TECH prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”

O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas levando-se em conta as demandas de tempo, disponibilidade e rigor acadêmico que, atualmente, os alunos, bem como os empregos mais competitivos do mercado, exigem.

Com o modelo educacional assíncrono da TECH, é o aluno quem escolhe quanto tempo passa estudando, como decide estabelecer suas rotinas e tudo isso no conforto do dispositivo eletrônico de sua escolha. O aluno não precisa assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não poderá comparecer. As atividades de aprendizado serão realizadas de acordo com sua conveniência. O aluno sempre poderá decidir quando e de onde estudar.

“

*Na TECH, o aluno NÃO terá aulas ao vivo
(das quais poderá nunca participar)”*



Os programas de ensino mais abrangentes do mundo

A TECH se caracteriza por oferecer os programas acadêmicos mais completos no ambiente universitário. Essa abrangência é obtida por meio da criação de programas de estudo que cobrem não apenas o conhecimento essencial, mas também as últimas inovações em cada área.

Por serem constantemente atualizados, esses programas permitem que os alunos acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as habilidades mais valorizadas pelos empregadores. Dessa forma, os alunos da TECH recebem uma preparação abrangente que lhes dá uma vantagem competitiva significativa para avançar em suas carreiras.

Além disso, eles podem fazer isso de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.

“

O modelo da TECH é assíncrono, portanto, você poderá estudar com seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser e pelo tempo que quiser”

Case studies ou Método de caso

O método de casos tem sido o sistema de aprendizado mais amplamente utilizado pelas melhores escolas de negócios do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, sua função também era apresentar a eles situações complexas da vida real. Assim, eles poderiam tomar decisões informadas e fazer julgamentos de valor sobre como resolvê-los. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Com esse modelo de ensino, é o próprio aluno que desenvolve sua competência profissional por meio de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, usados por outras instituições renomadas, como Yale ou Stanford.

Esse método orientado para a ação será aplicado em toda a trajetória acadêmica do aluno com a TECH. Dessa forma, o aluno será confrontado com várias situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões. A premissa era responder à pergunta sobre como eles agiriam diante de eventos específicos de complexidade em seu trabalho diário.



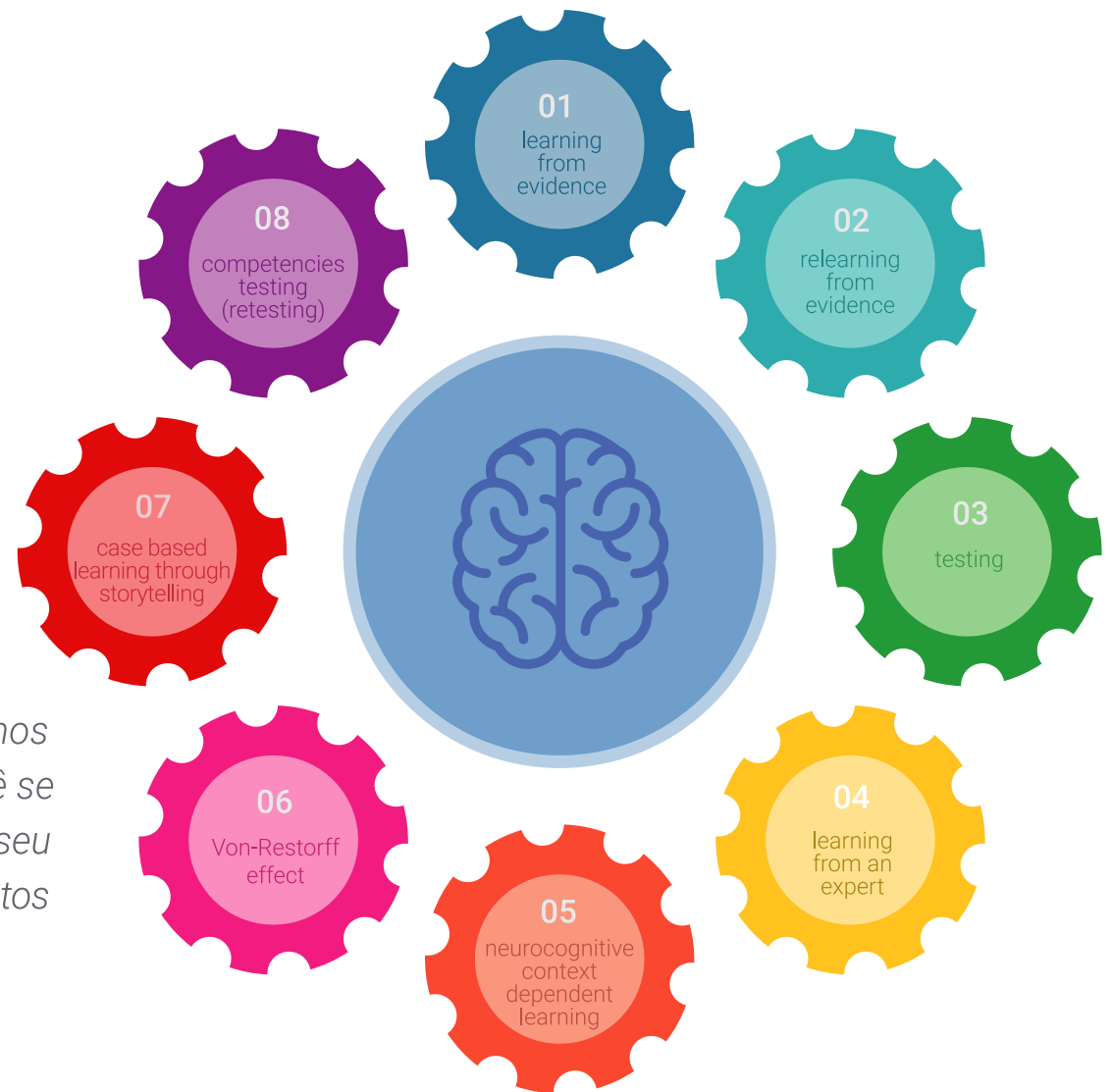
Método Relearning

Na TECH os *case studies* são alimentados pelo melhor método de ensino 100% online: o *Relearning*.

Esse método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo o melhor conteúdo em diferentes formatos. Dessa forma, consegue revisar e reiterar os principais conceitos de cada matéria e aprender a aplicá-los em um ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com várias pesquisas científicas, a repetição é a melhor maneira de aprender. Portanto, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave dentro da mesma lição, apresentadas de uma forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

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



Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar sua metodologia de forma eficaz, a TECH se concentra em fornecer aos alunos materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são projetados por professores qualificados que concentram seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas por meio de simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e o aprendizado baseado na repetição, por meio de áudios, apresentações, animações, imagens etc.

As evidências científicas mais recentes no campo da neurociência apontam para importância de levar em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acessado antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A capacidade de ajustar essas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a lembrar e armazenar o conhecimento no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo chamado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é aplicado conscientemente nesse curso universitário.

Por outro lado, também para favorecer ao máximo o contato entre mentor e mentorado, é oferecida uma ampla variedade de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real quanto em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefônico, contato por e-mail com a secretaria técnica, bate-papo, videoconferência etc.).

Da mesma forma, esse Campus Virtual muito completo permitirá que os alunos da TECH organizem seus horários de estudo de acordo com sua disponibilidade pessoal ou obrigações de trabalho. Dessa forma, eles terão um controle global dos conteúdos acadêmicos e de suas ferramentas didáticas, em função de sua atualização profissional acelerada.



O modo de estudo online deste programa permitirá que você organize seu tempo e ritmo de aprendizado, adaptando-o à sua agenda”

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os alunos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade intelectual através de exercícios de avaliação de situações reais e de aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas, permitindo ao aluno integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e eficiente, graças à abordagem de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.



A metodologia universitária mais bem avaliada por seus alunos

Os resultados desse modelo acadêmico inovador podem ser vistos nos níveis gerais de satisfação dos alunos da TECH.

A avaliação dos alunos sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos do curso é excelente. Não é de surpreender que a instituição tenha se tornado a universidade mais bem avaliada por seus alunos na plataforma de avaliação Trustpilot, com uma pontuação de 4,9 de 5.

Acesse o conteúdo do estudo de qualquer dispositivo com conexão à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato da TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.

Você poderá aprender com as vantagens do acesso a ambientes de aprendizagem simulados e com a abordagem de aprendizagem por observação, ou seja, aprender com um especialista.

Assim, os melhores materiais educacionais, cuidadosamente preparados, estarão disponíveis neste programa:



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online, com as técnicas mais recentes que nos permitem lhe oferecer a melhor qualidade em cada uma das peças que colocaremos a seu serviço.



Práticas de aptidões e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no âmbito da globalização.



Resumos interativos

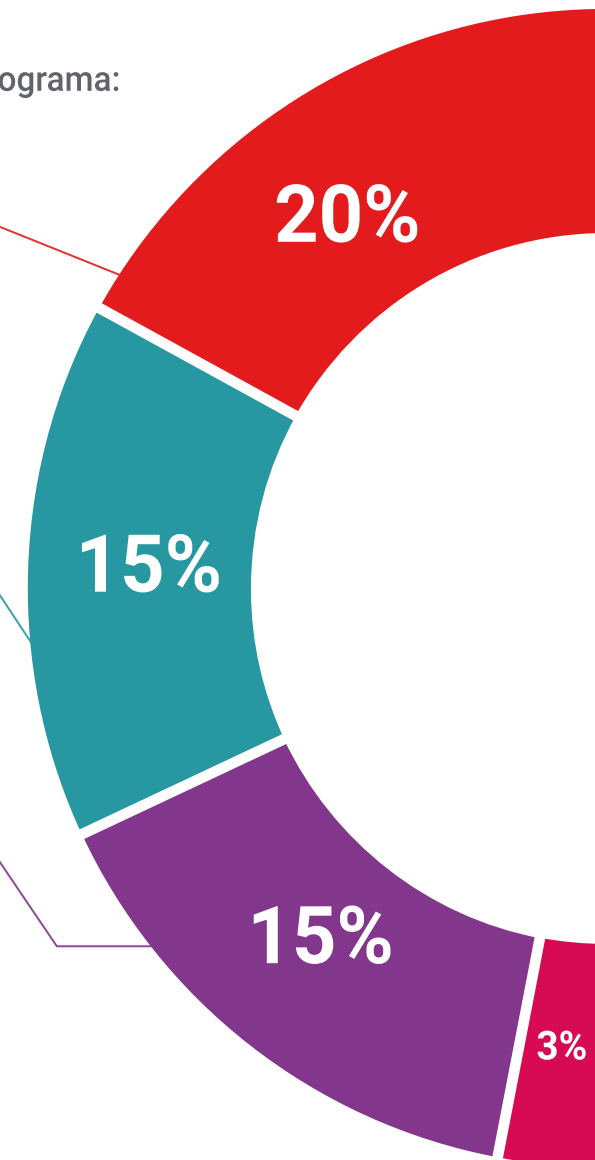
Apresentamos os conteúdos de forma atraente e dinâmica em pílulas multimídia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais com o objetivo de reforçar o conhecimento.

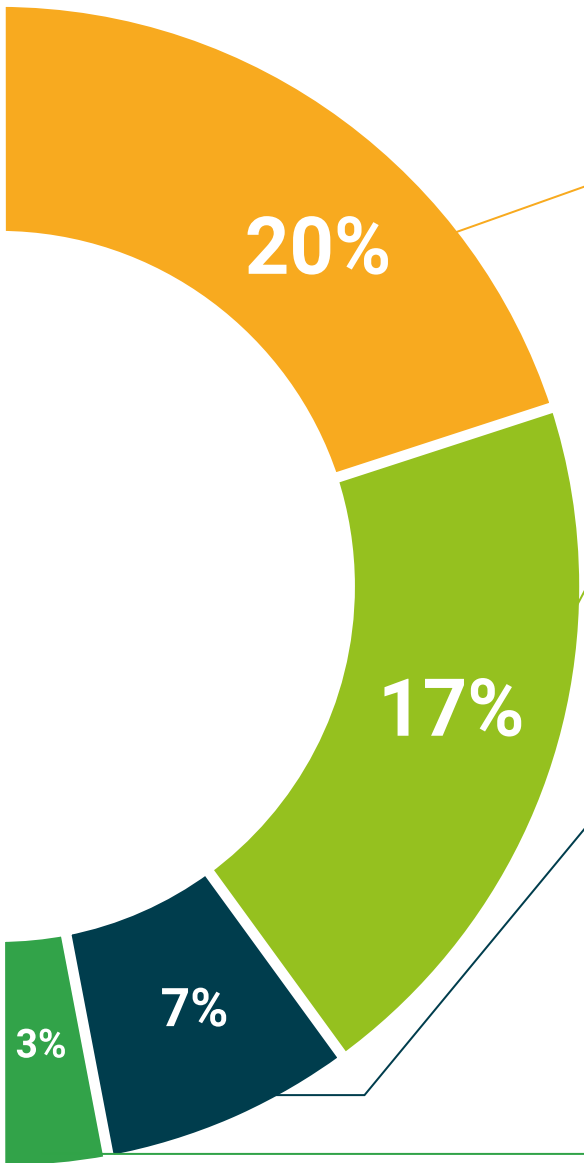
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual do estudante você terá acesso a tudo o que for necessário para completar sua capacitação.





Case Studies

Você concluirá uma seleção dos melhores *case studies* da disciplina. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemos isso em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.



Masterclasses

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

O *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e aumenta nossa confiança para tomar decisões difíceis no futuro.



Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



07

Corpo docente

O corpo docente do Advanced Master em Alta Direção de Recursos Humanos é composto por um grupo de profissionais de prestígio, com uma vasta experiência no âmbito empresarial e académico. Neste sentido, cada um deles trará uma abordagem prática e atualizada, graças ao seu conhecimento direto dos desafios e tendências atuais na gestão de recursos humanos. Além disso, estes especialistas são líderes nas suas respetivas áreas, o que garantirá que os alunos recebam uma formação de qualidade baseada nas melhores práticas globais e nos avanços mais recentes da área.



“

A combinação de experiência teórica e prática oferecer-lhe-á uma vantagem significativa, permitindo-lhe aplicar os conhecimentos adquiridos de forma imediata na sua própria organização”

Diretor convidado internacional

Com mais de 20 anos de experiência na concepção e gestão de equipas globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento e estratégia tecnológica**. Ao longo da sua experiência profissional, ocupou cargos de direção em várias organizações tecnológicas de empresas cotadas na bolsa *Fortune 50*, como **NBCUniversal** e **Comcast**. A sua trajetória permitiu-lhe destacar-se em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos** na **Mastercard**, é responsável pela supervisão da estratégia e execução da integração de talentos, trabalhando com os líderes empresariais e de **Recursos Humanos** para atingir os objetivos operacionais e estratégicos de recrutamento. Em particular, tem por objetivo **criar equipas diversificadas, inclusivas e de alto rendimento** que promovem 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 do mundo. É também responsável por **amplificar a marca do empregador** e a proposta de valor de **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove tem demonstrado o seu empenho no desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente em redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de numerosos trabalhadores em diferentes empresas. Depois de obter a sua licenciatura em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de **Miami**, ocupou cargos superiores de recrutamento em empresas de vários setores.

Por outro lado, foi reconhecida pela sua capacidade de liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparem as instituições para os desafios futuros. Também implementou com êxito programas de **bem-estar profissional** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção dos trabalhadores.



Sra. Dove, Jennifer

- Vice-Presidenta, Aquisição de Talentos, Mastercard, Nova Iorque, EUA
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova Iorque, EUA
- Responsável de Recrutamento da Comcast
- Diretora de Recrutamento na Rite Hire Advisory
- Vice-Presidenta Executiva, Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Recrutamento na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Licenciatura em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

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

Diretor convidado internacional

Líder tecnológico com décadas de experiência nas multinacionais líderes no setor da tecnologia, Rick Gauthier desenvolveu-se de forma notável no domínio dos **serviços na nuvem** e melhoria de processos de ponta a ponta. Foi reconhecido como um líder e gestor de equipas altamente eficiente, demonstrando um talento natural para assegurar um elevado nível de empenho entre os seus empregados.

Tem um dom inato para a estratégia e a inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando o seu sucesso com dados de qualidade. **A sua carreira na Amazon** permitiu-lhe gerir e integrar os serviços informáticos da empresa nos Estados Unidos. **Na Microsoft** liderou uma equipa de 104 pessoas, responsável pelo fornecimento de infraestruturas de TI a toda a empresa e pelo apoio aos departamentos de engenharia de produtos em toda a empresa.

Esta experiência permitiu-lhe destacar-se como um gestor de alto impacto com capacidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Gauthier, Rick

- Diretor regional de TI na Amazon, Seattle, EUA
- Chefe de programas sénior na Amazon
- Vice-presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sénior de Serviços de engenharia produtiva na Microsoft
- Licenciatura em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado técnico em *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Licenciatura em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

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

Diretor convidado internacional

Romi Arman é uma especialista de renome internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo da sua longa carreira, assumiu diferentes riscos e é um permanente **defensor da inovação e a mudança** no ambiente empresarial. Com essa experiência, tem trabalhado com diretores executivos e organizações empresariais em todo o mundo, levando-os a afastarem-se dos modelos de negócio tradicionais. Assim, ajudou empresas como a energética Shell a tornarem-se **verdadeiros líderes de mercado**, centradas em seus **clientes e o mundo digital**.

As estratégias concebidas por Arman têm um impacto latente, uma vez que permitiram a várias empresas **melhorar as experiências dos consumidores, a equipe e os acionistas** por igual. O sucesso deste especialista é quantificável através de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **envolvimento dos colaboradores** nas instituições onde trabalhou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, na sua carreira profissional, cultivou e liderou **equipas com elevado desempenho** que até receberam prêmios pelo seu trabalho no **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo tem-se proposto sempre superar três desafios: **satisfazer** as complexas **exigências de descarbonização** dos clientes, **apoiar** uma “**descarbonização rentável**” e **rever** um panorama fragmentado de **dados, digital e tecnológico**. Assim, os seus esforços demonstraram que, para alcançar um sucesso sustentável, é essencial partir das necessidades dos consumidores e lançar as bases para a transformação dos processos, dos dados, da tecnologia e da cultura.

Por outro lado, o diretor distingue-se pelo seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, em que possui um diploma de pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiência em **IoT e o Salesforce**.



Sr. Arman, Romi

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Corporação Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de E-Commerce e Atendimento ao Cliente na Corporação Energética Shell
- Gestor Nacional de Contas-Chave (fabricantes de equipes originais e minoristas de automação) para a Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor de Gestão sénior (setor dos serviços financeiros) para a Accenture de Singapura
- Licenciatura pela Universidade de Leeds
- Diploma de Pós-Graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos pela Escola de Negócios de Londres
- Certificação CCXP para profissionais de experiência do cliente
- Curso de Transformação Digital Executiva do IMD

“

Pretende atualizar os seus conhecimentos com a mais elevada qualidade educativa? A TECH oferece-lhe o conteúdo mais atualizado do mercado académico, concebido por especialistas de renome internacional”

Diretor convidado internacional

Manuel Arens é um profissional experiente em gestão de dados e líder de uma equipa altamente qualificada. De fato, Arens ocupa o cargo de **gestor global de compras** na divisão de Infra-estruturas Técnicas e Centros de Dados da Google, onde passou a maior parte da sua carreira. Com sede em Mountain View, Califórnia, forneceu soluções para os desafios operacionais do gigante tecnológico, tais como **integridade dos dados principais**, **as atualizações dos dados dos fornecedores** e a **priorização** dos mesmos. Liderou o planeamento da cadeia de fornecimento de centros de dados e a avaliação de riscos de fornecedores, conduzindo a melhorias de processos e à gestão do fluxo de trabalho que resultaram em poupanças de custos significativas.

Com mais de uma década de trabalho no fornecimento de soluções digitais e liderança para empresas em diversos setores, tem uma vasta experiência em todos os aspetos do fornecimento de soluções estratégicas, incluindo **Marketing**, **análise dos media**, **medição** e **atribuição**. De facto, recebeu vários prémios pelo seu trabalho, incluindo o **Prémio de Liderança BIM**, o **Prémio de Liderança de Pesquisa**, **Prémio do Programa de Geração de Chumbo para Exportação** e o **Prémio para o melhor modelo de vendas da EMEA**.

Arens foi também **Gerente de Ventas** em Dublin, Irlanda. Neste cargo, construiu uma equipa de 4 a 14 membros em três anos e liderou a equipa de vendas para alcançar resultados e colaborar bem entre si e com equipas interfuncionais. Também trabalhou como **Analista Sénior** de Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes, utilizando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveram e redigiram relatórios aprofundados para demonstrar o seu domínio do assunto, incluindo a compreensão dos **fatores macroeconómicos e políticos/regulamentares** que afetam a adoção e difusão de tecnologias.

Também liderou equipas em empresas como **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, onde adquiriu uma experiência valiosa na gestão de contas e da cadeia de abastecimento. É particularmente conhecido pelo seu trabalho para exceder continuamente as expectativas, **construindo relações valiosas com os clientes** e **trabalhando sem problemas com pessoas a todos os níveis de uma organização**, incluindo partes interessadas, gestão, membros da equipa e clientes. A sua abordagem orientada para os dados e a sua capacidade para desenvolver soluções inovadoras e expansíveis para os desafios do setor tornaram-no um líder proeminente no seu domínio.



Sr. Arens, Manuel

- Gestor global de aquisições na Google, Mountain View, EUA
- Responsável principal de Análise e Tecnologia B2B, Google, EUA
- Diretor de vendas na Google, Irlanda
- Analista industrial sénior na Google, Alemanha
- Gestor de contas na Google, Irlanda
- Accounts Payable em Eaton, Reino Unido
- Gestor da Cadeia de Abastecimento na Airbus, Alemanha



Aposte na TECH! Terá acesso aos melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de renome internacional na área”

Diretor convidado internacional

Andrea La Sala é um executivo de Marketing experiente cujos projetos tiveram um impacto significativo no ambiente da Moda. Ao longo da sua carreira de sucesso, desenvolveu uma variedade de tarefas relacionadas com Produtos, o Merchandising e a Comunicação. Tudo isto ligado a a marcas de prestígio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre outras.

Os resultados deste gestor internacional de alto nível internacional estão ligados à sua capacidade comprovada de sintetizar a informação em quadros claros e executar ações concretas alinhadas a objetivos comerciais específicos. Além disso, é reconhecido pela sua proatividade e capacidade de adaptação a um ritmo acelerado de trabalho. A tudo isto, este especialista acrescenta uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão pelos produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na Giorgio Armani, supervisionou várias estratégias de marketing para roupa e acessórios. Além disso, as suas táticas têm-se centrado nas necessidades e no comportamento dos retalhistas e dos consumidores. Neste cargo, La Sala foi também responsável pela conceção da comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como chefe de equipa nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como Calvin Klein ou o Gruppo Coin, realizou projetos para impulsionar a estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções. Ao mesmo tempo, foi encarregado de criar calendários eficazes para as campanhas de compra e venda. Foi também responsável pelas condições, custos, processos e prazos de entrega de várias operações. Estas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados líderes empresariais no setor da Moda e o Luxo. Uma elevada capacidade de gestão que lhe permitiu implementar eficazmente o posicionamento positivo de diferentes marcas redefinir os seus indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. La Sala, Andrea

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising em 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
- Licenciatura em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes esperam por si na TECH para lhe oferecer um ensino de primeira classe, atualizado e baseado nas últimas evidências científicas. Do que está à espera para se inscrever?"

Diretor convidado internacional

Mick Gram é sinónimo de inovação e excelência no domínio da **Inteligencia Empresarial** a nível internacional. A sua carreira de sucesso está ligada a posições de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. É também conhecido pela sua visão na **identificação de tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente empresarial.

Por outro lado, o executivo é considerado **pioneiro na utilização de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitando a tomada de decisões. Esta competência tornou-se o pilar do seu perfil profissional, transformando-o numa mais-valia desejada por muitas organizações empenhadas em **recolher informações** e em **gerar acções** concretas com base nelas.

Um dos seus projetos mais proeminentes nos últimos anos tem sido a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do seu género no mundo, ancorada na nuvem para **análise de Big Data**. Ocupou também o cargo de **Diretor de Business Intelligence** em **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações da Cadeia de Abastecimento**. A sua equipa foi recentemente reconhecida pela sua constante inovação na utilização da nova API do Walmart Luminare para **insights** de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo tem vários Mestrados e pós-graduações em centros de prestígio como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhaga**, na Dinamarca. Através desta atualização contínua, o perito adquiriu as competências mais avançadas. Como tal, passou a ser visto como um **líder nato da nova economia global**, centrada na procura de dados e nas suas infinitas possibilidades.



Sr. Gram, Mick

- ♦ Diretor de Business Intelligence e Analytics na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- ♦ Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para o Walmart Data Cafe
- ♦ Consultor independente de *Business Intelligence* e *Ciência de Dados*
- ♦ Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- ♦ Analista sénior na Nordea
- ♦ Consultor Sénior de Business Intelligence para SAS
- ♦ Educação Executiva em IA e aprendizagem automática na Faculdade de UC Berkeley de Engenharia
- ♦ MBA executivo em comércio eletrónico na Universidade de Copenhaga
- ♦ Licenciatura e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhaga

“

Estuda na melhor universidade online do mundo segundo a Forbes! Neste MBA, terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimédia, desenvolvida por professores de renome internacional”

Diretor convidado internacional

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor do **Marketing Digital** que, há mais de 19 anos, está ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Nesta função, desempenhou um papel fundamental na supervisão da logística e do fluxo de trabalho do trabalho criativo em várias plataformas digitais, incluindo as redes sociais, pesquisa, display e meios lineares.

A liderança deste executivo tem sido crucial na condução de estratégias de produção de media pagos, resultando numa melhoria acentuada das taxas de conversão. Simultaneamente, assumiu outras funções, tais como Diretor de Serviços de Marketing e Gestor de Tráfego na mesma multinacional durante a sua anterior gestão.

Stevenson também esteve envolvido na distribuição global de jogos de vídeo e campanhas de propriedade digital. Foi também responsável pela introdução de estratégias operacionais relacionadas com a conceção, finalização e entrega de conteúdos de som e imagem para anúncios televisivos e trailers.

Por outro lado, o especialista possui uma Licenciatura em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra a sua competência em **comunicação** e **narração**. Além disso, participou na Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre a utilização da Inteligência Artificial nas empresas. Assim, o seu perfil profissional é um dos mais relevantes na área atual do Marketing e dos Media Digitais.



Sr. Stevenson, Scott

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gestor de tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Licenciatura em Telecomunicações pela Universidade da Florida

“

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

Diretor convidado internacional

Vencedora dos prémios “*International Content Marketing Awards*” pela criatividade, liderança e qualidade dos conteúdos noticiosos Wendy Thole-Muir é uma reputada **Diretora de Comunicação** altamente especializada no domínio da **Gestão da Reputação**.

Neste sentido, desenvolveu uma sólida carreira profissional de mais de duas décadas neste domínio, que o levou a fazer parte de prestigiadas entidades de referência internacional como a Coca-Cola. O seu papel envolve a supervisão e gestão da comunicação corporativa, assim como o controlo da imagem organizacional. As suas principais contribuições incluem a liderança da implementação da plataforma de interação interna Yammer. Como resultado, os empregados aumentaram o seu envolvimento com a marca e criaram uma comunidade que melhorou significativamente a transmissão de informações.

Além disso, tem sido responsável pela gestão da comunicação dos investimentos estratégicos das empresas em diferentes países africanos. Uma prova disso é que geriu diálogos sobre investimentos significativos no Quênia, demonstrando o compromisso das entidades com o desenvolvimento económico e social do país. Por sua vez, recebeu numerosos prémios pela sua capacidade de gerir a perceção das empresas em todos os mercados em que opera. Desta forma, conseguiu que as companhias mantivessem uma grande notoriedade e que os consumidores as associassem a uma elevada qualidade.

Além disso, no seu firme compromisso com a excelência, tem participado ativamente em conferências e simpósios mundiais de renome com o objetivo de ajudar os profissionais da informação a manterem-se na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para o desenvolvimento de planos de comunicação estratégica bem sucedidos. Ajudou assim numerosos peritos a antecipar situações de crise institucional e a gerir eficazmente os acontecimentos adversos.



Sra. Thole-Muir, Wendy

- Diretora de Comunicação Estratégica e Reputação Corporativa na Coca-Cola, África do Sul
- Responsável de Reputação Corporativa e Comunicações da ABI na SABMiller de Lovania, Bélgica
- Consultora de comunicação na ABI, Bélgica
- Consultora de Reputação e Comunicação da Third Door em Gauteng, África do Sul
- Mestrado em Estudos de Comportamento Social pela Universidade da África do Sul.
- Mestrado em Sociologia e Psicologia pela Universidade da África do Sul
- Licenciatura em Ciências Políticas e Sociologia Industrial pela Universidade de KwaZulu-Natal
- Licenciatura em Psicologia pela Universidade da África do Sul



Graças a este curso universitário 100% online, poderá conciliar os seus estudos com as suas tarefas quotidianas, com a ajuda dos maiores especialistas internacionais no domínio do seu interesse. Inscreva-se já!"

Direção



Sr. González Ferrer, Óliver

- ♦ Diretor de Planificación Estratégica de Professional Recruitment na ManpowerGroup
- ♦ Diretor de Comunicação - Planeamento Estratégico de Projetos em Trabajando.com
- ♦ Responsável de Marketing e Comunicação em Trabajando.com
- ♦ Sociólogo em Publicidade e Comunicação de Fuerteventura
- ♦ Mestrado em Publicidade e Comunicação pela Universidade Pontificia Comillas
- ♦ Licenciado em Sociologia pela Universidade de La Laguna

Professores

Sra. Cañas García, Ana

- ♦ Chefa de Pessoal Interino na Jotelulu
- ♦ Sócia-Consultora e Coordenadora da Área de Talento Digital na Cohaerentis
- ♦ Consultora de Talento Digital na Talenttics
- ♦ Consultora de Recrutamento Internacional no Grupo Binternational
- ♦ Consultora de Seleção na ARG Human Resources Advisor
- ♦ Licenciatura em Direito pela Universidade Carlos III
- ♦ Licenciatura em Relações Laborais pela Universidade Carlos III

Sra. Lago Burgos, Iria

- ♦ Responsável de Comunicação no Grupo Obremo
- ♦ Comunicação, Marketing e Eventos na Innova&acción
- ♦ Coordenadora em Comunicação Corporativa e Marketing em Trabajando.com
- ♦ *Social Media Manager & Content Creator* em MaDI
- ♦ Protocolo Avançado em *Comunicação, Marketing e Protocolo*
- ♦ Licenciatura em Jornalismo pela Universidade Carlos III



Sr. Caparrós Jiménez, Javier

- ♦ Responsável de Recrutamento Profissional na ManpowerGroup
- ♦ Diretor Internacional de HR Consulting na Universia
- ♦ Diretor Geral de Seleção no Hay Group
- ♦ Diretor de Grandes Contas da Área Manager na Ajilon
- ♦ Mestrado em Prática Jurídica na Colex
- ♦ Licenciatura em Direito, Universidade Autónoma de Madrid

Dra. Ruíz Rodríguez, Raquel

- ♦ Diretora em Rétate Consultora, Escola Talento y Ciência
- ♦ Colaboradora de rádio no programa *Rompiendo las Reglas*
- ♦ Diretora de Desenvolvimento de Carreiras Profissionais
- ♦ RH Manager na Bureau Veritas
- ♦ Doutoramento em Liderança Empresarial pela Universidade Rey Juan Carlos
- ♦ Mestrado Oficial de *Neuromanagement* pela Universidade Rey Juan Carlos
- ♦ Mestrado Nível Ouro em Coaching pelo IEC
- ♦ Mestrado em Recursos Humanos pelo IMF
- ♦ Licenciatura em Relações Laborais pela Universidade de Valência

Sra. Olmos Otero, Leire

- ♦ HR Manager na Sea & Ports MGM
- ♦ HR Manager na Marguisa Shipping Lines
- ♦ Técnico de R. H. na Prodemsas Asesores Legales y Tributarios
- ♦ Mestrado em Assessoria Jurídico-Laboral
- ♦ Licenciatura em Relações Laborais pela Universidade Rey Juan Carlos

08

Certificação

O Advanced Master em Alta Direção de Recursos Humanos garante, além da formação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Advanced Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Advanced Master em Alta Direção de Recursos Humanos** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Advanced Master em Alta Direção de Recursos Humanos**

Modalidade: **online**

Duração: **2 anos**



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



Advanced Master Alta Direção de Recursos Humanos

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **2 anos**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Advanced Master

Alta Direção de Recursos Humanos

