

Executive Master

Executive MBA

(CEO, Chief Executive Officer)

M B A C E O



Executive Master Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)

- » Modalidade: Online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online
- » Indicado para: Graduados, Diplomados y Licenciados que tenham obtido, previamente, uma das certificações no domínio das Ciências Administrativas e Empresariais

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/escola-de-gestao/executive-master/executive-master-executive-mba-ceo-chief-executive-officer

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

07

Metodologia

pág. 42

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 50

09

Direção do curso

pág. 54

10

Impacto para a sua carreira

pág. 58

11

Benefícios para a sua
empresa

pág. 62

12

Certificação

pág. 66

01

Boas-vindas

O CEO representa o leme de uma empresa, sendo a força motriz da visão, da estratégia e do sucesso organizacional. A importância destes cargos de topo reside na sua capacidade de equilibrar a estabilidade a curto prazo com uma visão a longo prazo, adaptando-se a ambientes empresariais em mudança e desafiando constantemente o status quo, para alcançar novos horizontes de desenvolvimento e sucesso sustentável. Este curso da TECH oferecerá uma perspetiva abrangente e atualizada das estratégias empresariais, da gestão da liderança e das capacidades de decisão. Além disso, permitirá que os executivos adquiram ferramentas para enfrentar desafios empresariais complexos e promover a inovação na sua organização.



Executive Master em Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)
TECH Universidade Tecnológica



“

Este programa habilitará o CEO para liderar com visão, adaptabilidade e uma abordagem estratégica num meio empresarial dinâmico e competitivo”

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. Trata-se de uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos mais elevados padrões acadêmicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudar a alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95%

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educativa mais flexível e inovadora.



“

Contamos com o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04

Objetivos

O principal objetivo desta qualificação acadêmica é proporcionar uma formação abrangente em gestão empresarial, permitindo que os líderes desenvolvam competências estratégicas avançadas. Assim, procuramos alargar a sua compreensão dos desafios contemporâneos que as organizações enfrentam. Ao mesmo tempo, estarão equipados com ferramentas de vanguarda para a tomada de decisões baseadas em dados, liderança eficaz e gestão de equipas multidisciplinares. Além disso, será fomentada a visão global e a capacidade de lidar com a complexidade das empresas, preparando o CEO para navegar num meio competitivo com confiança, adaptabilidade e inovação. Consolide a sua liderança.



“

Graças à TECH, desenvolverá as competências essenciais para gerir estrategicamente a sua própria empresa”

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos

Trabalhamos em conjunto para os alcançar

O Executive MBA (Chief Executive Officer) prepara o aluno para:

01

Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o meio globalizado que rege os critérios da alta gestão

04

Desenvolver estratégias para realizar a tomada de decisões num meio complexo e instável

02

Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir os profissionais no ativo



03

Aprofundar os critérios de sustentabilidade estabelecidos pelos padrões internacionais ao desenvolver um plano de negócios

05

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

06

Diferenciar as competências essenciais para gerir estrategicamente a atividade comercial das empresas

08

Conceber estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão empresarial e a sua eficiência

09

Delimitar a melhor maneira de administrar os recursos humanos da empresa, alcançando um melhor desempenho dos mesmos a favor dos benefícios da empresa

07

Trabalhar de forma mais efetiva, mais ágil e mais alinhada com as novas tecnologias e ferramentas atuais

10

Adquirir as habilidades de comunicação necessárias num líder empresarial a fim de conseguir que a sua mensagem seja ouvida e compreendida pelos membros da sua comunidade



11

Esclarecer o cenário económico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças

12

Ser capaz de gerir o plano económico e financeiro da empresa

13

Compreender as operações logísticas que são necessárias no meio empresarial a fim de desenvolver uma gestão adequada das mesmas

14

Aplicar as tecnologias de informação e a comunicação às diferentes áreas da empresa

15

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



16

Ser capaz de desenvolver todas as fases de uma ideia de negócio: projeto, plano de viabilidade, execução, acompanhamento

18

Criar estratégias inovadoras de acordo com os diferentes projetos

19

Estabelecer diretrizes apropriadas para a adaptação da empresa à mudança da sociedade

17

Abordar os mecanismos de distribuição da carga de trabalho dos recursos partilhados entre vários projetos

20

Propor um modelo de negócio dinâmico que apoie o seu crescimento nos recursos intangíveis



05 Competências

Este programa acadêmico irá equipar os CEO, ou aspirantes a Chief Executive Officers, com uma gama diversificada de competências-chave necessárias para liderar com sucesso no mundo empresarial atual. Estas competências teóricas e práticas vão desde a liderança estratégica, a gestão financeira avançada, a análise de dados e a tomada de decisões com base em evidências até à capacidade de compreender e adaptar-se a meios empresariais globais complexos. Além disso, adquirirá metodologias interpessoais sólidas, como a comunicação eficaz, a negociação e a criação de equipas, bem como desenvolverá uma mentalidade inovadora para abordar os desafios com criatividade e visão a longo prazo.



“

Irá aperfeiçoar as competências necessárias para liderar, inovar e tomar decisões estratégicas que impulsionem o crescimento e o sucesso sustentável das suas organizações”

01

Resolver os conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores

02

Aplicar as metodologías de gestão Lean

03

Realizar uma correta gestão da equipa para melhorar a produtividade e, portanto, os lucros da empresa

04

Levar a cabo o controlo económico e financeiro da empresa

05

Gerir ferramentas e métodos para a manipulação e melhor utilização dos dados, com vista à obtenção de resultados compreensíveis para o destinatário final



06

Controlas os processos logísticos, assim como de compras e o abastecimento da empresa

08

Implementar as chaves para uma gestão bem sucedida d I+D+i nas organizações

09

Aplicar as estratégias mais adequadas para o comércio eletrónico dos produtos da empresa

07

Aprofundar nos novos modelos de negócio dos sistemas de informação

10

Elaborar e liderar planos de marketing



11

Desenvolver métricas de consecução de objetivos associadas a uma estratégia de marketing digital e analisá-las em painéis de controlo digitais

12

Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa





13

Liderar os diferentes projetos da empresa, definindo quando priorizar e atrasar o seu desenvolvimento dentro de uma organização

14

Apostar no desenvolvimento sustentável da empresa, evitando impactos ambientais

06

Estrutura e conteúdo

O Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) é um programa exclusivo e 100% online. Deste modo, é possível escolher de forma personalizada a hora e o local que melhor se adapta aos diferentes horários, disponibilidade ou interesses. Um curso que decorre ao longo de 12 meses e que pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o sucesso profissional.



“

Será capaz de implementar as estratégias empresariais mais atuais, tais como Driving Corporate Strategy, Pacing Corporate Strategy y Framing Corporate Strategy”

Plano de estudos

Este plano de estudos oferece uma estrutura curricular robusta e diversificada, abrangendo dez módulos principais para o desenvolvimento executivo. Além disso, ao longo de 1.500 horas de formação, o licenciado analisará uma multiplicidade de casos práticos através do trabalho individual e em equipa. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações empresariais reais.

Em primeiro lugar, será explorado o papel crucial da liderança ética e da responsabilidade empresarial na tomada de decisões estratégicas, seguido da formulação e implementação de estratégias empresariais eficazes para manter a competitividade e o crescimento sustentável. A importância de liderar equipas, de promover a motivação e de reforçar o capital humano como um fator-chave para o sucesso organizacional será também discutida em profundidade.

O estudante será também dotado de ferramentas e conhecimentos para a gestão eficaz dos recursos financeiros, examinando a otimização dos processos e a cadeia de abastecimento. Também irá mergulhar na gestão da tecnologia, da estratégia empresarial, do marketing, da comunicação empresarial e dos estudos de mercado. Por último, reforçará a abordagem do *Management* Executivo, sintetizando as competências para a tomada de decisões estratégicas em meios empresariais desafiantes e dinâmicos.

Trata-se de um programa concebido em função dos objetivos profissionais dos estudantes, orientado para o desenvolvimento e a formação de excelência no domínio da administração e da gestão de empresas. O programa de estudos será adaptado às necessidades dos empresários e das suas empresas, oferecendo conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências, apoiados por uma metodologia pedagógica de primeira classe, o Relearning, e por um corpo docente excepcional.

Este Executive MBA desenvolve-se ao longo de 12 meses e está dividido em 10 módulos:

- | | |
|------------------|---|
| Módulo 1 | Liderança Ética e Responsabilidade Social das Empresa |
| Módulo 2 | Direção estratégica e <i>Management</i> Executivo |
| Módulo 3 | Gestão de pessoas e gestão de talentos |
| Módulo 4 | Gestão económica e financeira |
| Módulo 5 | Gestão de operações e logística |
| Módulo 6 | Gestão dos sistemas de informação |
| Módulo 7 | Gestão Comercial, Marketing Estratégico e Comunicação empresarial |
| Módulo 8 | Estudos de mercado, publicidade e gestão comercial |
| Módulo 9 | Inovação e Gestão de projetos |
| Módulo 10 | <i>Management</i> Executivo |



Onde, quando e como se realizam?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) totalmente online. Durante os 12 meses desta especialização, o aluno poderá aceder a todo o conteúdo deste programa em qualquer altura, o que lhe permitirá auto-gerir o seu tempo de estudo.

Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.

Módulo 1. Liderança Ética e Responsabilidade Social das Empresa

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. Globalización, empresas multinacionales y derechos 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. Planeamento 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 sector industrial

2.9. Direção 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 indicadores e abordagem do processo
- 2.10.2. Mapa estratégico
- 2.10.3. Alienação estratégica

2.11. *Management* Executivo

- 2.11.1. Quadro concetual do *Management* Executivo
- 2.11.2. *Management* Executivo. O Papel do Conselho de Administração e ferramentas de gestão corporativa

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. Gestão de pessoas e gestão de talentos

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, dinâmica 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. Planeamento 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 de talentos

- 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 rendimento

- 3.13.1. Equipas de alto rendimento: as equipas autogeridas
- 3.13.2. Metodologias de gestão de equipas de alto rendimento autogeridas
- 3.13.3. Ecolas de *Coaching*
- 3.13.4. Ação e limites do *coaching* executivo

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
- 3.15.10. Ordem
- 3.15.11. Planificação

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 SST

- 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. Modelos de trabalho
- 3.21.5. Comunidade empresarial
- 3.21.6. A Imagem da empresa
- 3.21.7. Salário emocional

3.22. Inovação na gestão do talento e das pessoas

- 3.22.1. Inovação nas Organizações
- 3.22.2. Novos desafios do departamento de Recursos Humanos
- 3.22.3. Gestão da Inovação
- 3.22.4. Ferramentas para a Inovação

3.23. Gestão de conhecimentos e talentos

- 3.23.1. Gestão de conhecimentos e talentos
- 3.23.2. Implementação de 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. Gestão económica e 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. Os gastos na contabilidade geral e na 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 Contável e Fundo de Maneio Necessário
- 4.7.2. Cálculo das Necessidades Operacionais de Fundos
- 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 ação 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 Ráeios

4.10. Gestão 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 Ações
- 4.15.4. O Mercado de Divisas
- 4.15.5. O Mercado de Derivados

4.16. Análise e planeamento financeiro

- 4.16.1. Análise de Balanços
- 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 Indústria de Design y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Gestão 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. A gestão de Operações

5.2. Organização industrial e logística

- 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

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 das compras de uma empresa de forma eficiente
- 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 efectivas
- 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 Suprimentos (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 Suprimentos (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. Logística inversa

- 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 das cadeias logísticas
- 5.12.3. Indicadores de rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas

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. Gestão dos sistemas de informação

6.1. Meios tecnológicos

- 6.1.1. Tecnologia e globalização
- 6.1.2. Enquadramento económico e tecnologia
- 6.1.3. O enquadramento 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 enquadramento 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. Governação 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. Sistemas de informação e Estratégia empresarial
- 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. BI nos diferentes departamentos da empresa
- 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. Prometeus

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. Quadro conceitual 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 empresarial**7.1. Gestão comercial**

- 7.1.1. Quadro conceitual 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 num 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 captar 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. Estudos de mercado, publicidade e gestão comercial

8.1. Estudos de Mercado

- 8.1.1. Estudos de mercado: origem histórica
- 8.1.2. Análise e evolução do quadro concetual dos estudos de mercado
- 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor dos estudos de mercado

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. Noção de segmentação de mercado
- 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
- 8.4.3. Segmentação do mercado 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 de mercado

8.5. Gestão de projetos de investigação

- 8.5.1. Estudos de mercado como um processo
- 8.5.2. Fases de Planeamento em estudos de pesquisa de mercados
- 8.5.3. Fases de Execução em estudos de pesquisa de mercados
- 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 de pesquisa 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 comercial

- 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 de 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 gestão 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
Acompanhamento e assistência ao trabalho do pessoal comercial com base nas informações

8.16. Implementação da função comercial

- 8.16.1. Recrutamento de representantes comerciais e agentes comerciais
- 8.16.2. Controlo da atividade comercial
- 8.16.3. O código de ética para o 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 Gestão 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 conceitual de um modelo de negócio
- 9.4.2. Design validação de modelos de negócio

9.5. Direção e Gestão de Projetos

- 9.5.1. Gestão de projetos: identificar oportunidades para desenvolver projetos empresariais de inovação
- 9.5.2. Principais etapas ou fases da direção e gestão 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*

- 9.3.1. Criação de uma *Startup*
- 9.3.2. Organização e cultura
- 9.3.3. As dez principais razões para o fracasso das empresas *startups*
- 9.3.4. Aspetos legais

9.10. Planeamento da gestão de riscos nos 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 Executivo**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 gestão

**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. Falar em público e formação
de porta-vozes**

- 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. Planeamento
- 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

07

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais”

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



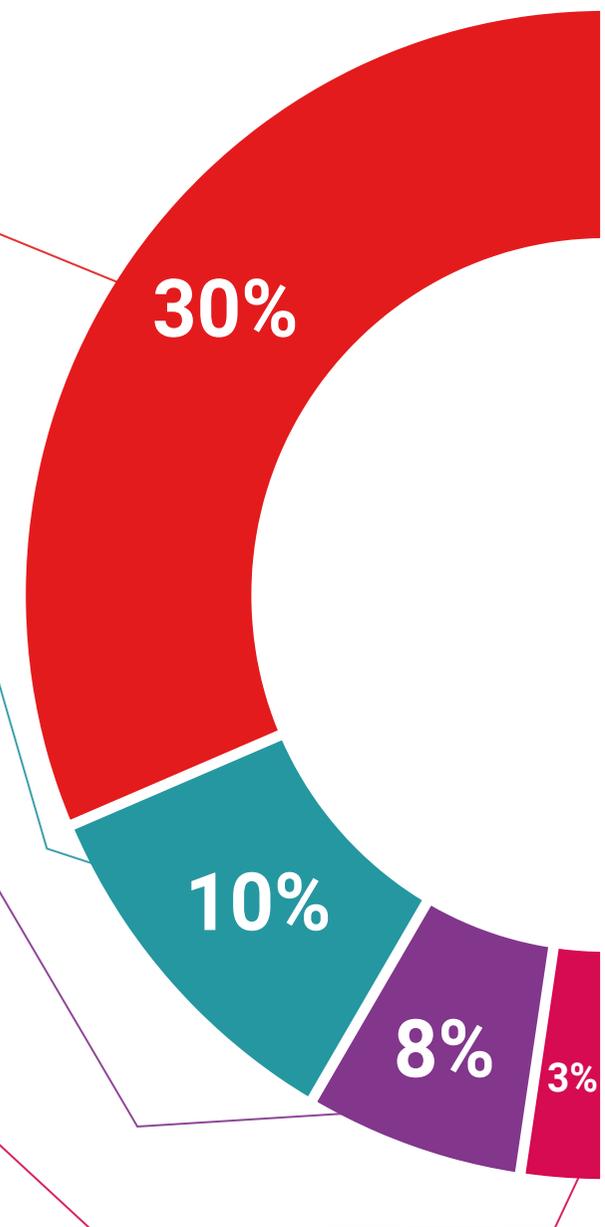
Práticas de aptidões e competências

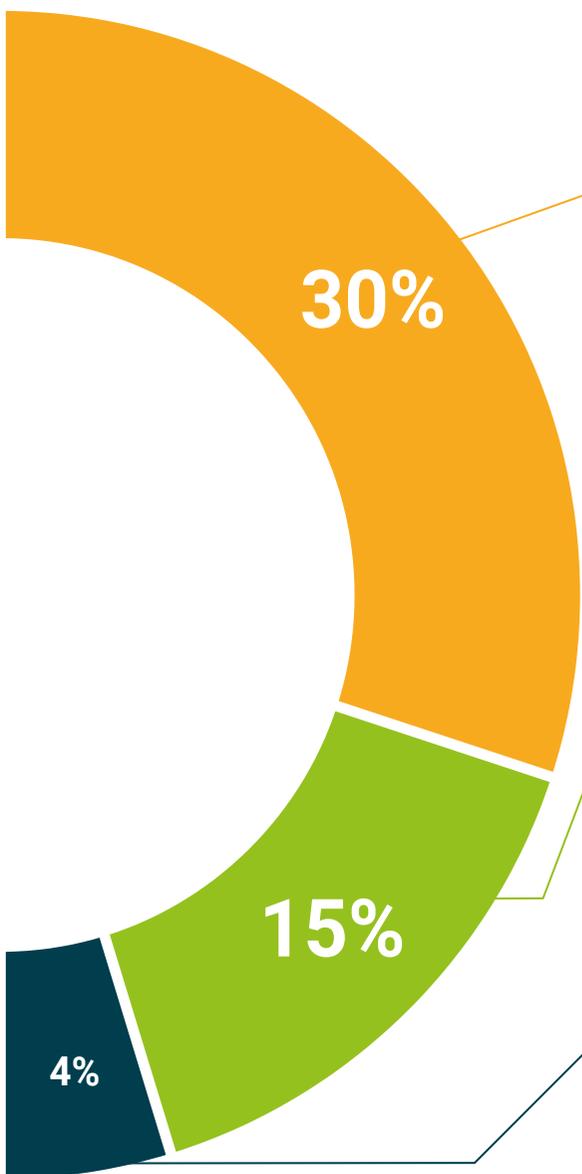
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

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





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



08

O perfil dos nossos alunos

O Executive Master em Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) destina-se a Graduados e Licenciados que tenham obtido anteriormente um dos seguintes certificados no domínio das Ciências Administrativas e Económicas.

A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar desta capacitação.

Este programa está igualmente aberto a profissionais que, sendo titulares de um certificado em qualquer área, possuam dois anos de experiência profissional no domínio do Chief Executive Officer.





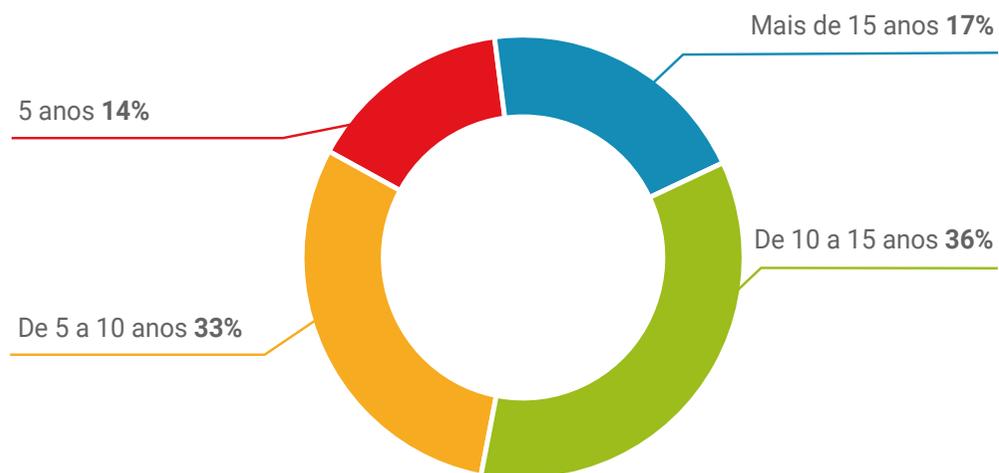
“

Se tem experiência como Chief Executive Officer e está à procura de melhorar a sua carreira, este é o programa ideal para si”

Idade média

Entre **35** e **45** anos

Anos de experiência



Formação

Empresariais Económicas **54%**

Administração **33%**

Outros **13%**

Perfil académico

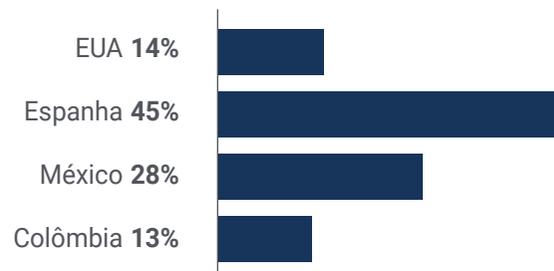
Indústria **38%**

Serviços **17%**

Empreendedores **36%**

Outros **9%**

Distribuição geográfica



Ignacio Fernandez

CEO

"A minha experiência neste Executive MBA foi transformadora. Antes de ingressar no programa, ocupava uma posição de liderança na minha empresa, mas sentia que faltava algo para levar a minha visão para o seguinte nível. O programa alargou os meus conhecimentos em áreas críticas do mundo empresarial, como a estratégia, as finanças e a liderança. Além disso, o acesso a recursos exclusivos tem sido incalculável. Hoje, como CEO, posso dizer que o MBA não só impulsionou a minha carreira, como também teve um impacto positivo na nossa empresa. Recomendo este programa a todos os que aspiram a um crescimento profissional significativo"

09

Direção do curso

A equipa docente deste Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) é constituída por profissionais altamente qualificados e experientes em vários domínios empresariais. Os membros deste corpo docente têm, não só uma sólida formação académica, mas também uma vasta experiência prática no mundo empresarial, muitas vezes proveniente de funções executivas ou de consultoria empresarial. Além disso, a sua abordagem não se baseia apenas na teoria, mas também na aplicação prática dos conceitos empresariais, proporcionando aos estudantes uma qualificação abrangente que é diretamente aplicável ao ambiente empresarial atual.



“

Recorra a um quadro experiente de professores de gestão empresarial, com tópicos dedicados a estratégias comerciais, tendências globais, inovação e liderança eficaz”

Direção



Doutor Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- ♦ Especialista em Negócios Internacionais e Consultoria Jurídica para empresas
- ♦ Responsável pela Área Internacional em Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Consultor Jurídico na Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Legal Manager na AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ Formador em cursos orientados para a Proteção de Dados.
- ♦ Doutoramento em Desenvolvimento Regional pela Universidade de La Laguna
- ♦ Licenciado em Direito pela Universidade de La Laguna
- ♦ Certificado em Project Management pela Universidade Rey Juan Carlos
- ♦ MBA em Administração e Gestão de Empresas na Universidade Europeia das Ilhas Canárias



Professores

Dr. Alexis José González Peña

- ◆ Diretor da Área Financeira da CajaSiete Caja Rural
- ◆ Auditor interno sénior no Bankia
- ◆ Auditor interno sénior na Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ◆ Auditor senior experience em Deloitte
- ◆ Licenciado em Gestão e Administração de Empresas pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- ◆ Mestrado em Tributação e Consultoria Fiscal pelo Centro de Estudos Financeiros
- ◆ Executive Master em Gestão Financeira e Finanças Avançadas do Instituto Superior de Técnicas e Práticas Bancárias
- ◆ Especialista em Planeamento Financeiro e Controlo de Gestão na Banca por Analistas Financeiros Internacionais
- ◆ Curso de Especialização em Desenvolvimento da Gestão de Carteiras pela Analistas Financeiros Internacionais

10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que frequentar um programa com estas características é um grande investimento económico, profissional e, claro, pessoal.

O objetivo final da realização deste grande esforço deve ser o de alcançar o crescimento profissional.



“

Gerar uma mudança positiva na sua carreira profissional, esse é o nosso desafio. Estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo”

Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) da TECH é um curso intensivo que o preparará para enfrentar desafios e decisões empresariais no domínio do CEO. O seu principal objetivo é promover crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

Se se quer superar a si mesmo, fazer uma mudança profissional positiva e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

Não perca esta oportunidade única e inscreva-se já neste Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) e impulsione a sua carreira profissional.

Terá à sua disposição uma vasta biblioteca com os recursos multimédia mais inovadores! Na TECH encontrará tudo o que procura para se aperfeiçoar.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento no salário de mais de **26,24%** para os nossos estudantes



11

Benefícios para a sua empresa

Este Executive Master contribui para elevar o talento a organização a todo o seu potencial através da instrução de líderes de alto nível.

Além disso, participar nesta capacitação é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos, onde poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Na era digital, os gestores têm de integrar novos processos e estratégias que provoquem mudanças significativas e o desenvolvimento organizacional. Isto só é possível através da qualificação e da atualização universitária"

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



12

Certificação

O Executive Master em Executive MBA (Chief Executive Officer) garante, além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este curso com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Executive Master em Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)** conta com o conteúdo científico 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 **Estudio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

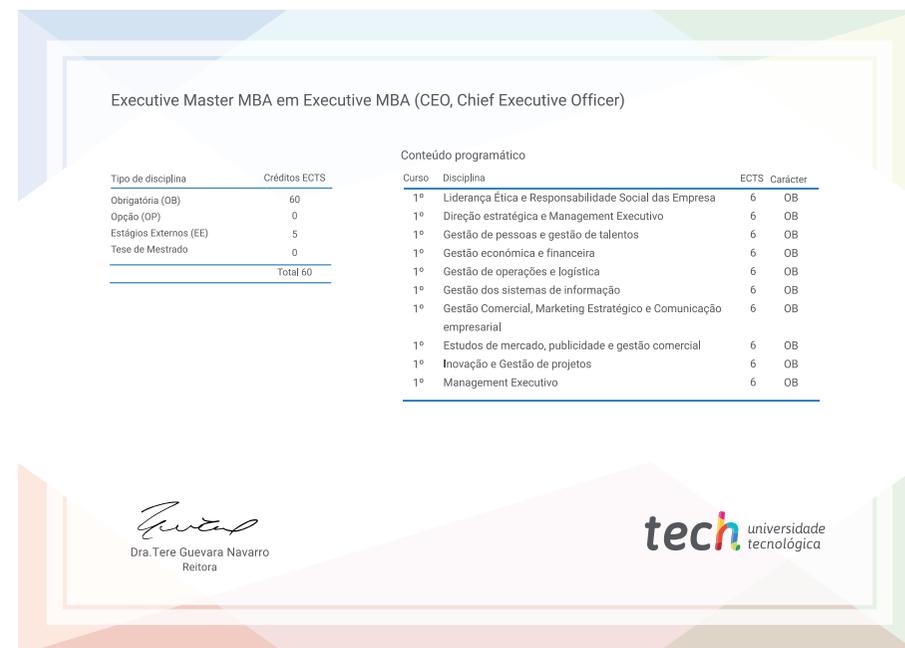
Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Executive Master em Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

ECTS: **60**



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



Mestrado Próprio

Executive MBA

(CEO, Chief Executive Officer)

- » Modalidade: Online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: Ao seu próprio ritmo
- » Exames: Online

Mestrado Próprio

Executive MBA

(CEO, Chief Executive Officer)

