

Executive Master

Gestão Comercial e Vendas

M G C V



Executive Master Gestão Comercial e Vendas

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: licenciados e profissionais com experiência demonstrada

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/escola-de-gestao/executive-master/executive-master-gestao-comercial-vendas

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	Direção do curso	pág. 20	06	Competências	pág. 24	07	Estrutura e conteúdo	pág. 28	08	Metodologia	pág. 38
			09	O perfil dos nossos alunos	pág. 46	10	Impacto para a sua carreira	pág. 50	11	Benefícios para a sua empresa	pág. 54
									12	Certificação	pág. 58

01

Boas-vindas

Durante a última década, o comércio sofreu mudanças nunca vistas. Isto sustenta a necessidade de as empresas incorporarem novos perfis capazes de compreender o comércio de uma nova forma, trazendo uma visão estratégica ao trabalho comercial. Assim, as novas tecnologias e os últimos avanços na comunicação proporcionaram às organizações novas ferramentas de controlo e análise de produtos, bem como a mudança de hábitos de consumo, com os clientes a optarem cada vez mais pelas compras online. Com este programa em Gestão Comercial e Vendas, os estudantes desenvolverão as competências necessárias para gerir estrategicamente a atividade comercial da organização, de uma perspetiva integral e global que lhes permita utilizar as ferramentas mais eficazes para cada parte do processo.



Executive Master em Gestão Comercial e Vendas.
TECH Universidade Tecnológica



“

As empresas exigem gestores com uma vasta gama de especializações e, por esta razão, a TECH oferece programas que são feitos à medida e adaptados aos seus interesses”

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo dos 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 em linha que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional que fornecerá as chaves para o estudante se desenvolver num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de qualquer empresário.

"Caso de Sucesso Microsoft Europa" por incorporar um sistema multi-vídeo interativo inovador nos programas.



As exigências mais altas

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 do TECH completam com sucesso os seus estudos



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, para que os estudantes possam criar uma grande rede de contactos que será útil para o seu futuro.

+100.000 | **+200**

gestores formados todos os anos | 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 atores económicos dos 7 continentes.

+500 | acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

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

A TECH ajuda os estudantes a mostrar o seu talento ao mundo no final deste programa.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, os estudantes podem 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 que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH provêm de 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 capacidades interpessoais.



Excelência académica

A TECH oferece aos estudantes a melhor metodologia de aprendizagem on-line. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com Case Studies 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 10.000 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 na sala de aula 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 aos estudantes avançar nas suas carreiras e se destacar 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. Os estudantes aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o programa mais completo do mercado, o que nos permite oferecer ensino do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de empregos e benefícios pessoais, incluindo os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, os estudantes poderão 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 desta 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 os estudantes se possam posicionar como gestores 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 liga os seus estudantes em rede 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 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 TECH Universidade Tecnológica.

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

04

Objetivos

Com o objetivo de reforçar e renovar os conhecimentos dos estudantes em tudo o que diz respeito à gestão comercial e comercial, a TECH concebeu este Executive Master com um programa de estudos completo atualizado de acordo com as exigências da profissão. Assim, este processo acadêmico tornar-se-á uma oportunidade única nas mãos do estudante para se tornar um profissional de sucesso, ajudando as organizações a alcançar os seus objetivos empresariais. Um profissional procurado que atinge as suas expectativas pessoais, profissionais e salariais.



“

Experiência Internacional, Compromisso Ético e Visão Empresarial são algumas das características mais procuradas pelos gestores na Era Digital”

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos.
Trabalham em conjunto para os alcançar.

O Executive Master em Gestão Comercial e Vendas capacitará o aluno para:

01

Definir as últimas tendências e desenvolvimentos em gestão empresarial

04

Desenvolver estratégias para organizações líderes e equipas de vendas em tempos de mudança

02

Desenvolver, liderar e executar estratégias de vendas mais eficazes e focadas no cliente, que ofereçam propostas de valor personalizadas

03

Desenvolver estratégias para tomar decisões num ambiente complexo e instável, avaliando o seu impacto na empresa



05

Estabelecer os programas mais apropriados para selecionar, formar, incentivar, monitorizar e desenvolver a força de vendas

06

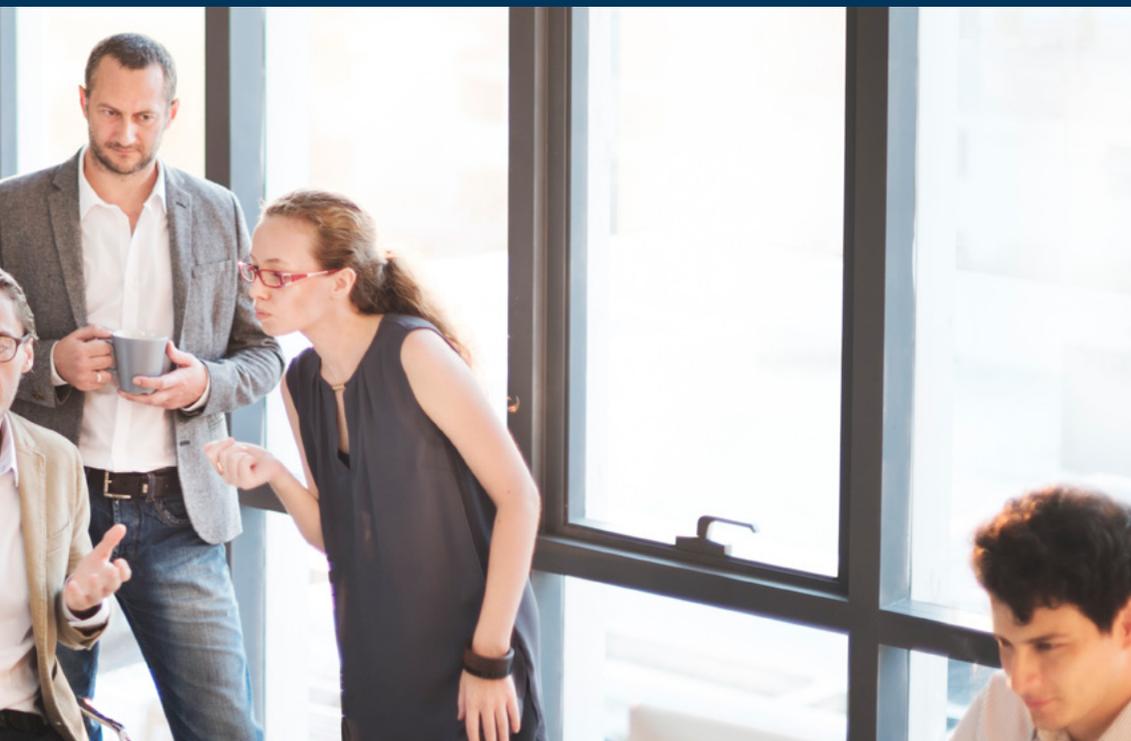
Desenvolver a capacidade de detetar, analisar e resolver problemas

07

Explicar a empresa de um ponto de vista global, bem como a sua responsabilidade e o novo papel dos diretores comerciais

08

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



09

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

10

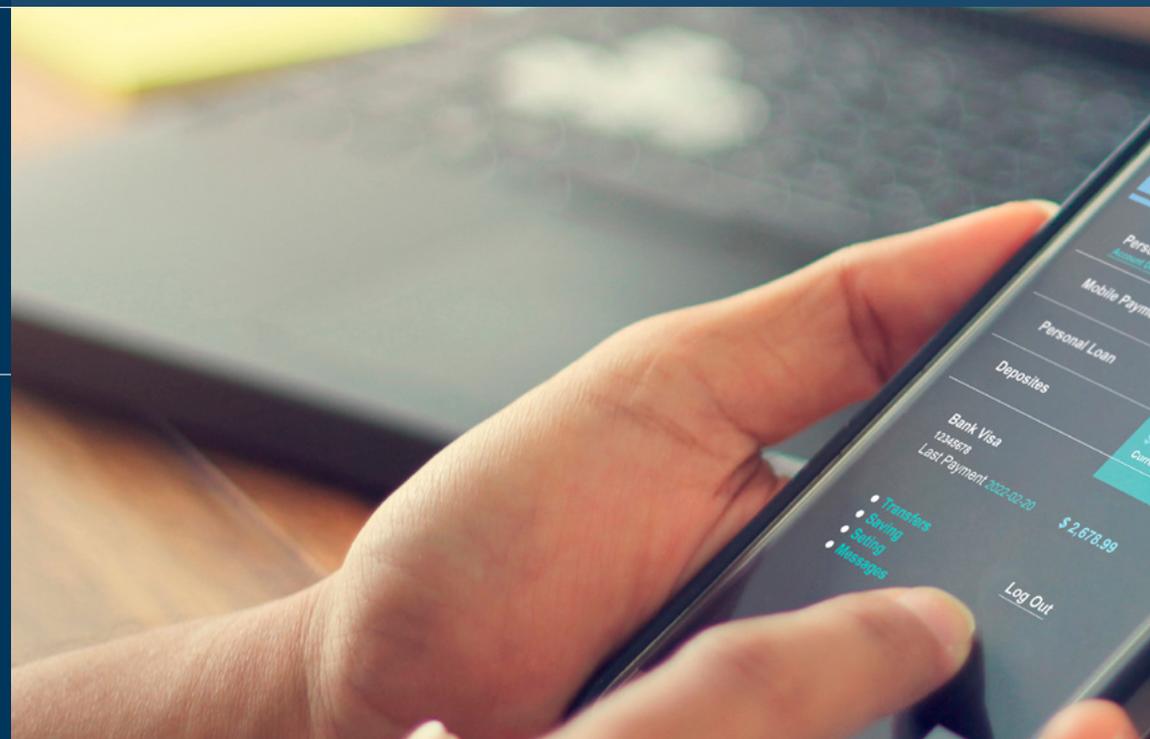
Formular e implementar políticas comerciais como estratégias de crescimento para adaptar a empresa às mudanças no ambiente nacional e internacional

11

Adquirir capacidades de liderança para liderar com sucesso equipas de vendas e marketing

12

Conhecer todo o processo da cadeia logística e operacional da empresa



13

Ser capaz de organizar e gerir equipas de vendas

14

Implementação de estratégias internacionais de vendas e marketing

15

Integrar diferentes ferramentas digitais na estratégia empresarial

16

Realizar estudos de mercado para compreender a concorrência e desenvolver estratégias diferenciadoras



05

Direção do curso

Este programa académico conta com o corpo docente mais especializado do mercado educativo atual. São especialistas seleccionados pela TECH para desenvolver todo o itinerário. Desta forma, com base na sua própria experiência e nas mais recentes evidências, conceberam os conteúdos mais actuais que oferecem uma garantia de qualidade numa matéria tão relevante.



“

A TECH oferece-lhe o corpo docente mais especializado na área de estudo. Inscreva-se já e desfrute da qualidade que merece”.

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Aric Rindfleisch é uma figura internacional de destaque no domínio do **Marketing** e da **Inovação**. Dedicar-se também à **investigação** em áreas-chave como a **impressão 3D**, o **desenvolvimento de novos produtos** e os **valores do consumidor**.

Desempenhou funções sénior como **Presidente de Marketing** e **Diretor Executivo** no **Illinois MakerLab**, o primeiro **Laboratório de Impressão 3D** de uma **Faculdade de Gestão** do mundo. Aqui, concentrou-se em fornecer aos professores e estudantes os conhecimentos e recursos necessários para estarem na vanguarda do emergente **Movimento Maker**, ensinando os utilizadores a **designar, fabricar e comercializar objetos físicos**.

A sua carreira profissional tem sido marcada por uma dedicação excecional e uma vasta experiência em diversas áreas. Por exemplo, trabalhou em **Gestão de Contas** na **J. Walter Thompson Japan**, uma experiência que lhe deu um profundo conhecimento do **mundo dos negócios** e da **dinâmica do mercado**. Trabalhou também em **Administração Hospitalar** no **Connecticut Valley Hospital**, onde adquiriu competências úteis de **gestão e liderança**.

Mas a sua contribuição vai para além da **investigação**, uma vez que desempenhou um papel importante na **publicação**, fazendo parte do **conselho editorial** e sendo **editor** de revistas bem conhecidas relacionadas com o **Marketing**, a **psicologia do consumidor** e a **gestão da cadeia de abastecimento**. A sua excelência no ensino também foi reconhecida com vários prémios, incluindo a sua nomeação para a lista dos **"300 melhores professores"** da América da **The Princeton Review**.

Sem dúvida, o Dr. Rindfleisch deixou uma marca indelével na comunidade global. De facto, publicou numerosos **artigos** em **revistas académicas** de renome internacional, abordando questões relevantes e atuais no domínio do **Marketing**.



Dr. Rindfleisch, Aric

- Presidente de Marketing e Diretor Executivo do Illinois MakerLab, Urbana-Champaign, EUA
- Assistente de Gestão de Contas de Publicidade na J. Walter Thompson Japan
- Assistente de Administração Hospitalar no Connecticut Valley Hospital
- Doutorado pela Universidade de Wisconsin-Madison
- Mestrado em Administração de Empresas pela Universidade de Cornell
- Licenciatura pela Universidade Estatal de Connecticut
- Editor associado: Revista de Gestão da Cadeia de Abastecimento Revista de Gestão da Inovação de Produtos
- Membro do Conselho Editorial de: Revista da Academia de Ciências de Marketing Revista de Psicologia do Consumidor Revista de Políticas Públicas e Marketing Cartas de Marketing Diário da Academia de Ciências do Marketing Diário da Ciência do Marketing

“

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

06

Competências

Após superar as avaliações incluídas neste Executive Master, o aluno estará totalmente preparado para trabalhar como diretor comercial e de vendas em empresas de elevado prestígio internacional. Desta forma, será capaz de propor, conceber e implementar planos de ação com um forte sentido estratégico, baseados nos interesses do público-alvo e com uma orientação tácita para os resultados.



“

Poderá tornar-se um gestor comercial e de vendas bem-sucedido, levando as suas perspetivas pessoais e pessoais para outro nível. Não deixe escapar esta oportunidade”

01

Aplicar competências específicas de liderança na gestão de vendas e marketing

02

Gestão adequada de equipas multiculturais

03

Analisar a rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor

04

Analisar o impacto financeiro das decisões de gestão

05

Aplicar métodos e técnicas de pesquisa quantitativas e qualitativas



06

Ter um conhecimento profundo das técnicas de Marketing

08

Controlar a atividade comercial da empresa

09

Realizar auditorias comerciais

07

Executar corretamente a organização comercial e a estratégia de vendas

10

Aplicar técnicas de coaching em ações de venda



07

Estrutura e conteúdo

O mundo do trabalho exige capacitação contínua e eficaz dos profissionais, adaptada aos padrões atuais. Na TECH sabemos que, para tornar isto possível, o ensino online é o único veículo ao serviço do estudante para tornar a sua educação compatível com o seu trabalho. Por esta razão, um plano de estudo 100% online é colocado nas mãos do aluno para que este possa escolher quando e onde estudar. Tudo isto é condensado num programa que tem lugar ao longo de 12 meses e pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o sucesso profissional do estudante como gestor de vendas e marketing.





“

Desenvolva as competências necessárias para realizar com sucesso o seu trabalho diário, e avance na sua profissão num curto espaço de tempo”

Plano de estudos

O Executive Master em Gestão Comercial e Vendas da TECH Universidade Tecnológica é um programa intenso que prepara o Alunos para enfrentar desafios e decisões empresariais, tanto no âmbito nacional como internacional. O seu conteúdo destina-se a encorajar o desenvolvimento de competências de gestão para permitir uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Durante o curso do programa, os estudantes aprenderão em primeira mão as diretrizes que orientam a logística e a gestão económica de uma empresa, aspetos chave quando se trata de gerir a área comercial. Da mesma forma, aprenderá também a realizar estudos de mercado aprofundados, a fim de conhecer o comportamento real do ambiente onde o produto vai ser comercializado e, consequentemente, as estratégias mais adequadas em cada caso.

Serão também estudados aspetos gerais da gestão empresarial, tais como liderança, gestão económica e digital da organização. Desta forma, o futuro gestor terá uma série de competências transversais que o tornarão um profissional de sucesso a um nível integral.

Por todas estas razões, este Executive Master é sem dúvida uma oportunidade única nas mãos dos estudantes porque lhes permite desenvolver um futuro profissional promissor com elevadas perspetivas salariais através de um programa académico que compreende as suas necessidades e as do mercado e as satisfaz através de uma metodologia comprovada e eficaz.

Este programa tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em 11 módulos principais:

Módulo 1	<i>Management e liderança</i>
Módulo 2	<i>Logística e gestão económica</i>
Módulo 3	<i>Gestão comercial</i>
Módulo 4	<i>Pesquisa de mercado</i>
Módulo 5	<i>Planeamento da campanha de vendas</i>
Módulo 6	<i>Organização de vendas e da equipa de vendas</i>
Módulo 7	<i>Seleção, formação e coaching da rede de vendas</i>
Módulo 8	<i>Processo da atividade comercial</i>
Módulo 9	<i>Customer relationship management</i>
Módulo 10	<i>Integração dos canais digitais na estratégia comercial</i>
Módulo 11	<i>Comércio e Marketing Internacional</i>

Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master em Gestão Comercial e Vendas completamente online. Durante os 12 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir 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. Management e liderança

1.1. General Management

- 1.1.1. Integração de estratégias funcionais nas estratégias empresariais globais
- 1.1.2. Política e Processos de Gestão
- 1.1.3. Society and Enterprise

1.2. Gestão estratégica

- 1.2.1. Estabelecer a posição estratégica: missão, visão e valores
- 1.2.2. Desenvolvimento de novos negócios
- 1.2.3. Crescimento e consolidação da empresa

1.3. Estratégia competitiva

- 1.3.1. Análise de mercado
- 1.3.2. Vantagem competitiva sustentável
- 1.3.3. Retorno do investimento

1.4. Estratégia empresarial

- 1.4.1. Driving Corporate Strategy
- 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
- 1.4.3. Framing Corporate Strategy

1.5. Planeamento e estratégia

- 1.5.1. Relevância da Gestão Estratégica no Processo de Controlo de Gestão
- 1.5.2. Análise do ambiente e da organização
- 1.5.3. Lean Management

1.6. Gestão de talentos

- 1.6.1. Gestão de Capital Humano
- 1.6.2. Ambiente, estratégia e métrica
- 1.6.3. Inovação na gestão de pessoas

1.7. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 1.7.1. Liderança e estilos de liderança
- 1.7.2. Motivação
- 1.7.3. Inteligência emocional
- 1.7.4. Capacidades e competências do líder 2.0
- 1.7.5. Reuniões eficazes

1.8. Gestão da mudança

- 1.8.1. Análise de desempenho
- 1.8.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
- 1.8.3. Gestão de processos de mudança
- 1.8.4. Gestão de equipas multiculturais

Módulo 2. Logística e gestão económica

2.1. Diagnóstico financeiro

- 2.1.1. Indicadores para a análise das demonstrações financeiras
- 2.1.2. Análise da rentabilidade
- 2.1.3. Rentabilidade económica e financeira de uma empresa

2.2. Análise económica das decisões

- 2.2.1. Controlo Orçamental
- 2.2.2. Análise da competência Análise comparativa
- 2.2.3. Tomada de decisões Investimento ou desinvestimento empresarial

2.3. Avaliação de investimentos e gestão de carteiras

- 2.3.1. Rentabilidade dos projetos de investimento e criação de valor
- 2.3.2. Modelos para avaliação de projetos de investimento
- 2.3.3. Análise de sensibilidade, construção de cenários e árvores de decisão

2.4. Gestão de logística de compras

- 2.4.1. Gestão de stocks
- 2.4.2. Gestão de armazéns
- 2.4.3. Gestão de compras e aquisições

2.5. Supply relationship management

- 2.5.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
- 2.5.2. Mudança dos padrões de procura
- 2.5.3. Mudança na estratégia das operações

2.6. Processos logísticos

- 2.6.1. Organização e gestão de processos
- 2.6.2. Aquisição, produção, distribuição
- 2.6.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
- 2.6.4. Serviço pós-venda

2.7. Logística e clientes

- 2.7.1. Análise e previsão da procura
- 2.7.2. Previsão e planeamento das vendas
- 2.7.3. Collaborative planning, forecasting and replacement

2.8. Logística internacional

- 2.8.1. Alfândegas, processos de exportação e importação
- 2.8.2. Métodos e meios de pagamento internacionais
- 2.8.3. Plataformas logísticas a nível internacional

Módulo 3. Gestão comercial**3.1. Negociação comercial**

- 3.1.1. Inteligência emocional em negociação e vendas
- 3.1.2. Automotivação e empatia
- 3.1.3. Desenvolvimento da capacidade de negociação

3.2. Fundamentos da gestão empresarial

- 3.2.1. Análise interna e externa SWOT
- 3.2.2. Análise setorial e competitiva
- 3.2.3. Modelo CANVAS

3.3. Tomada de decisões em gestão comercial

- 3.3.1. Estratégia empresarial e estratégia competitiva
- 3.3.2. Modelos de tomada de decisão
- 3.3.3. Análise e instrumentos de tomada de decisão

3.4. Gestão e coaching da rede de vendas

- 3.4.1. Planeamento da campanha de vendas
- 3.4.2. Redes ao serviço da atividade comercial
- 3.4.3. Políticas de seleção e formação de vendedores
- 3.4.4. Sales Management

3.5. Implementação da função comercial

- 3.5.1. Contrato comercial
- 3.5.2. Controlo da atividade comercial
- 3.5.3. O código de ética do agente comercial

3.6. Gestão financeira e orçamental

- 3.6.1. Painéis de controlo integrais
- 3.6.2. Controlo do plano anual de vendas
- 3.6.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas

Módulo 4. Pesquisa de mercado**4.1. Novo ambiente competitivo**

- 4.1.1. Inovação tecnológica e impacto económico
- 4.1.2. Sociedade do conhecimento
- 4.1.3. O novo perfil do consumidor

4.2. Métodos e técnicas de investigação quantitativa

- 4.2.1. Variáveis e escalas de medição
- 4.2.2. Fontes de informação
- 4.2.3. Técnicas de amostragem
- 4.2.4. Tratamento e análise de dados

4.3. Métodos e técnicas de investigação qualitativa

- 4.3.1. Técnicas diretas Focus Group
- 4.3.2. Técnicas antropológicas
- 4.3.3. Técnicas indiretas
- 4.3.4. Two face mirror e método Delphi

4.4. Pesquisa de mercado online

- 4.4.1. Ferramentas de investigação quantitativa em mercados em linha
- 4.4.2. Ferramentas dinâmicas de investigação qualitativa do cliente
- 4.4.3. Análise e interpretação dos dados obtidos

4.5. Segmentação de mercados

- 4.5.1. Tipologias de mercado
- 4.5.2. Conceito e análise da procura
- 4.5.3. Segmentação e critérios
- 4.5.4. Definição do público-alvo

4.6. Tipos de comportamento de compra

- 4.6.1. Comportamento complexo
- 4.6.2. Comportamento redutor da dissonância
- 4.6.3. Comportamento de busca variado
- 4.6.4. Comportamento habitual de compra

4.7. Sistemas de Informação de Gestão Comercial

- 4.7.1. Abordagens conceptuais do sistema de informação de Gestão Comercial
- 4.7.2. Data Warehouse and Data Mining
- 4.7.3. Sistemas de informação geográfico

4.8. Gestão de projetos de investigação

- 4.8.1. Ferramentas de análise de Informação
- 4.8.2. Desenvolvimento do plano de gestão das expectativas
- 4.8.3. Avaliação da viabilidade do projeto

4.9. Inteligência de marketing aplicada à gestão comercial

- 4.9.1. Big Data
- 4.9.2. Experiência do utilizador
- 4.9.3. Aplicação de técnicas

4.10. Agências, meios e canais online

- 4.10.1. Agências integradas, criativas e online
- 4.10.2. Media tradicionais e novos media
- 4.10.3. Canais online
- 4.10.4. Outros players digitais

Módulo 5. Planeamento da campanha de vendas

5.1. Análise da carteira de clientes

- 5.1.1. Planeamento de clientes
- 5.1.2. Classificação de clientes

5.2. Segmentação comercial

- 5.2.1. Análise dos canais de distribuição, áreas de venda e produtos
- 5.2.2. Preparação de zonas comerciais
- 5.2.3. Implementação do plano de visita

5.3. Seleção de clientes alvo (CRM)

- 5.3.1. Desenho de um e-CRM
- 5.3.2. Implicações e limitações do RGPD
- 5.3.3. Orientação ao consumidor
- 5.3.4. Planificação 1 to 1

5.4. Gestão de contas-chave

- 5.4.1. Identificação de contas-chave
- 5.4.2. Benefícios e Riscos de Key Account Manager
- 5.4.3. Vendas & Key Account Management
- 5.4.4. Fases da ação estratégica da Agência KAM

5.5. Previsão de vendas

- 5.5.1. Previsão de negócios e previsão de vendas
- 5.5.2. Métodos de previsão de vendas
- 5.5.3. Aplicações práticas de previsão de vendas

5.6. Definição de objetivos de vendas

- 5.6.1. Coerência dos objetivos empresariais, comerciais e de vendas
- 5.6.2. Programação de objetivos e orçamentos detalhados
- 5.6.3. Distribuição dos alvos por unidades de negócio
- 5.6.4. Objetivos de vendas e participação

5.7. Taxas de vendas e a sua fixação

- 5.7.1. Taxas de atividade
- 5.7.2. Taxas de volume e rentabilidade
- 5.7.3. Taxas de participação
- 5.7.4. Contribuições económicas e financeiras
- 5.7.5. Sazonalidade e taxas

5.8. Plano de contingência

- 5.8.1. Sistemas de informação e controlo de vendas
- 5.8.2. Painel de instrumentos
- 5.8.3. Medidas corretivas e planos de contingência

Módulo 6. Organização de vendas e da equipa de vendas

6.1. Organização comercial

- 6.1.1. Introdução à organização comercial
- 6.1.2. Estruturas comerciais mais típicas
- 6.1.3. Organização das delegações
- 6.1.4. Desenvolvimento de modelos de organização empresarial

6.2. Organização da rede de vendas

- 6.2.1. Organograma do departamento
- 6.2.2. Conceção da rede de vendas
- 6.2.3. Realidade multicanal

6.3. Análise do mercado interno

- 6.3.1. Definição de Cadeia de Serviços
- 6.3.2. Análise da Qualidade do Serviço
- 6.3.3. Benchmarking de produtos
- 6.3.4. Fatores-chave de sucesso empresarial

6.4. Estratégia de vendas

- 6.4.1. Métodos de venda
- 6.4.2. Estratégias de atração
- 6.4.3. Estratégias de serviço

6.5. Go-to-market Strategy

- 6.5.1. Channel Management
- 6.5.2. A Vantagem Competitiva
- 6.5.3. Força de vendas

6.6. Controlo da atividade comercial

- 6.6.1. Rácios-chave e métodos de controlo
- 6.6.2. Ferramentas de monitorização
- 6.6.3. Metodologia do Balanced Scorecard

6.7. Organização do serviço pós-venda

- 6.7.1. Ações pós-venda
- 6.7.2. Relações com o cliente
- 6.7.3. Auto-análise e melhoria

6.8. Auditoria comercial

- 6.8.1. Possíveis linhas de intervenção
- 6.8.2. Auditoria comercial express
- 6.8.3. Avaliação estratégica da equipa
- 6.8.4. Valorização da política de Marketing

Módulo 7. Seleção, formação e coaching da rede de vendas**7.1. Gestão de Capital Humano**

- 7.1.1. Capital intelectual O ativo intangível do conhecimento
- 7.1.2. Talent Acquisition
- 7.1.3. Prevenir a perda de recursos humanos

7.2. Seleção da equipa de vendas

- 7.2.1. Ações de recrutamento
- 7.2.2. Perfis de fornecedores
- 7.2.3. Entrevista
- 7.2.4. Plano de acolhimento

7.3. Formação de vendedores de alto nível

- 7.3.1. Plano de formação
- 7.3.2. Características e atividades do vendedor
- 7.3.3. Formação e gestão de equipas de alto desempenho

7.4. Gestão da Formação

- 7.4.1. Teorias da aprendizagem
- 7.4.2. Identificação e retenção de talento
- 7.4.3. Gamificação e gestão de talento
- 7.4.4. Formação e obsolescência profissional

7.5. Coaching pessoal e inteligência emocional

- 7.5.1. Inteligência emocional aplicada às técnicas de venda
- 7.5.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
- 7.5.3. Auto-estima e linguagem emocional
- 7.5.4. Inteligências múltiplas

7.6. Motivação

- 7.6.1. A natureza da motivação
- 7.6.2. Teoria das expectativas
- 7.6.3. Teorias das necessidades
- 7.6.4. Motivação e compensação financeira

7.7. Remuneração das redes de venda

- 7.7.1. Sistemas de remuneração
- 7.7.2. Sistemas de incentivo e compensação
- 7.7.3. Distribuição de rubricas salariais

7.8. Compensação e benefícios não económicos

- 7.8.1. Programas de qualidade de vida no trabalho
- 7.8.2. Ampliação e enriquecimento do posto
- 7.8.3. Horário de trabalho flexível e partilha de empregos

Módulo 8. Processo da atividade comercial**8.1. Desenvolvimento do processo de venda**

- 8.1.1. Metodologia no processo de venda
- 8.1.2. Captação de atenção e argumentação
- 8.1.3. Objeções e demonstrações

8.2. Preparação da visita comercial

- 8.2.1. Estudo das fichas do cliente
- 8.2.2. Estabelecer objetivos de vendas para o cliente
- 8.2.3. Preparação da entrevista

8.3. Realização da visita comercial

- 8.3.1. Apresentação ao cliente
- 8.3.2. Determinação das necessidades
- 8.3.3. Argumentação

8.4. Psicologia e técnicas de venda

- 8.4.1. Noções de psicologia aplicadas às vendas
- 8.4.2. Técnicas para melhorar a comunicação verbal e não-verbal
- 8.4.3. Fatores de influência no comportamento dos consumidores

8.5. Negociar e fechar a venda

- 8.5.1. Fases de negociação
- 8.5.2. Táticas de negociação
- 8.5.3. Encerramento e envolvimento do cliente
- 8.5.4. Análises da visita comercial

8.6. O processo de fidelização

- 8.6.1. Conhecimento profundo do cliente
- 8.6.2. O processo comercial a realizar com o cliente
- 8.6.3. O valor do cliente para a empresa

Módulo 9. Customer relationship management

<p>9.1. Conhecendo o mercado e o consumidor</p> <p>9.1.1. Open innovation 9.1.2. Inteligência Competitiva 9.1.3. Share economy</p>	<p>9.2. CRM e marketing relacional</p> <p>9.2.1. Filosofia empresarial ou orientação estratégica 9.2.2. Identificação e diferenciação do cliente 9.2.3. A empresa e os seus stakeholders 9.2.4. Clienting</p>	<p>9.3. Database marketing e customer relationship management</p> <p>9.3.1. Aplicações do Database marketing 9.3.2. Leis e regulamentos 9.3.3. Fontes de informação, armazenamento e processamento</p>	<p>9.4. Psicologia e comportamento do consumidor</p> <p>9.4.1. O estudo do comportamento dos consumidores 9.4.2. Fatores internos e externos do consumidor 9.4.3. Processo de decisão do consumidor 9.4.4. Consumismo, sociedade, marketing e ética</p>
<p>9.5. Áreas de CRM management</p> <p>9.5.1. Customer Service 9.5.2. Gestão da Força de Vendas 9.5.3. Serviço ao cliente</p>	<p>9.6. Marketing consumer centric</p> <p>9.6.1. Segmentação 9.6.2. Análise da rentabilidade 9.6.3. Estratégias de fidelização do cliente</p>	<p>9.7. Técnicas CRM management</p> <p>9.7.1. Marketing direto 9.7.2. Integração multicanal 9.7.3. Marketing viral</p>	<p>9.8. Vantagens e perigos da implementação do CRM</p> <p>9.8.1. CRM, vendas e custos 9.8.2. Satisfação e lealdade do cliente 9.8.3. Implementação tecnológica 9.8.4. Erros estratégicos e de gestão</p>

Módulo 10. Integração dos canais digitais na estratégia comercial

<p>10.1. Digital ecommerce management</p> <p>10.1.1. Novos modelos de negócio e-commerce 10.1.2. Planeamento e desenvolvimento de um plano estratégico de e-business 10.1.3. Estrutura tecnológica em e-commerce</p>	<p>10.2. Implementar técnicas de ecommerce</p> <p>10.2.1. Meios de comunicação social e integração no plano do comércio eletrónico 10.2.2. Estratégia multichannel 10.2.3. Personalização de Dashboards</p>	<p>10.3. Digital pricing</p> <p>10.3.1. Métodos de pagamento e gateways online 10.3.2. Promoções eletrónicas 10.3.3. Temporização digital de preços 10.3.4. e-Auctions</p>	<p>10.4. Do e-commerce ao m-commerce e s-commerce</p> <p>10.4.1. Modelos de negócio dos e-marketplaces 10.4.2. S-Commerce e experiência de marca 10.4.3. Compras através de dispositivos móveis</p>
<p>10.5. Customer intelligence: do e-CRM ao s-CRM</p> <p>10.5.1. Integração do consumidor na cadeia de valor 10.5.2. Técnicas de investigação e de fidelidade online 10.5.3. Planeamento de uma estratégia de gestão da relação com o cliente</p>	<p>10.6. Gestão de comunidades virtuais: gestão de comunidades</p> <p>10.6.1. Mudanças nos paradigmas de comunicação 10.6.2. Business Intelligence e consumidor 2.0 10.6.3. Gestão de redes e de comunidades 10.6.4. Gestão de conteúdo em Social Media 10.6.5. Monitorização, análise e resultados em Social Media</p>	<p>10.7. Plano de social media</p> <p>10.7.1. Elaboração de um plano de social media 10.7.2. Definição da estratégia a seguir em cada meio 10.7.3. Protocolo de contingência em caso de crise</p>	<p>10.8. Web analytics e social media Intelligence</p> <p>10.8.1. Estabelecimento de objetivos e KPIs 10.8.2. ROI em Marketing Digital 10.8.3. Visualização e interpretação de Dashboard</p>

Módulo 11. Comércio e Marketing Internacional**11.1. Pesquisa de mercados internacionais**

- 11.1.1. Marketing de Mercados Emergentes
- 11.1.2. Análise PEST
- 11.1.3. O quê, como e de onde exportar?
- 11.1.4. Estratégias de marketing-mix internacional

11.2. Segmentação internacional

- 11.2.1. Critérios de segmentação de mercados a nível internacional
- 11.2.2. Nichos de mercado
- 11.2.3. Estratégias de segmentação internacional

11.3. Posicionamento internacional

- 11.3.1. Branding em mercados internacionais
- 11.3.2. Estratégias de posicionamento nos mercados internacionais
- 11.3.3. Marcas globais, regionais e locais

11.4. Estratégias de Produto em mercados internacionais

- 11.4.1. Modificação, adaptação e diversificação de produtos
- 11.4.2. Produtos estandardizados globais
- 11.4.3. O portfolio de produto

11.5. Preços e exportações

- 11.5.1. Cálculo dos preços de exportação
- 11.5.2. Incoterms
- 11.5.3. Estratégia de preços internacional

11.6. Qualidade no comércio internacional

- 11.6.1. Qualidade no comércio internacional
- 11.6.2. As Normas e Certificações
- 11.6.3. Marcação CE

11.7. Promoção internacional

- 11.7.1. O MIX de promoção internacional
- 11.7.2. Advertising e publicidade
- 11.7.3. Feiras internacionais
- 11.7.4. Marca País

11.8. Distribuição através de canais internacionais

- 11.8.1. Channel and Trade Marketing
- 11.8.2. Consórcios de exportação
- 11.8.3. Tipos de exportação e comércio externo

08

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.



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.

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

Relearning Methodology

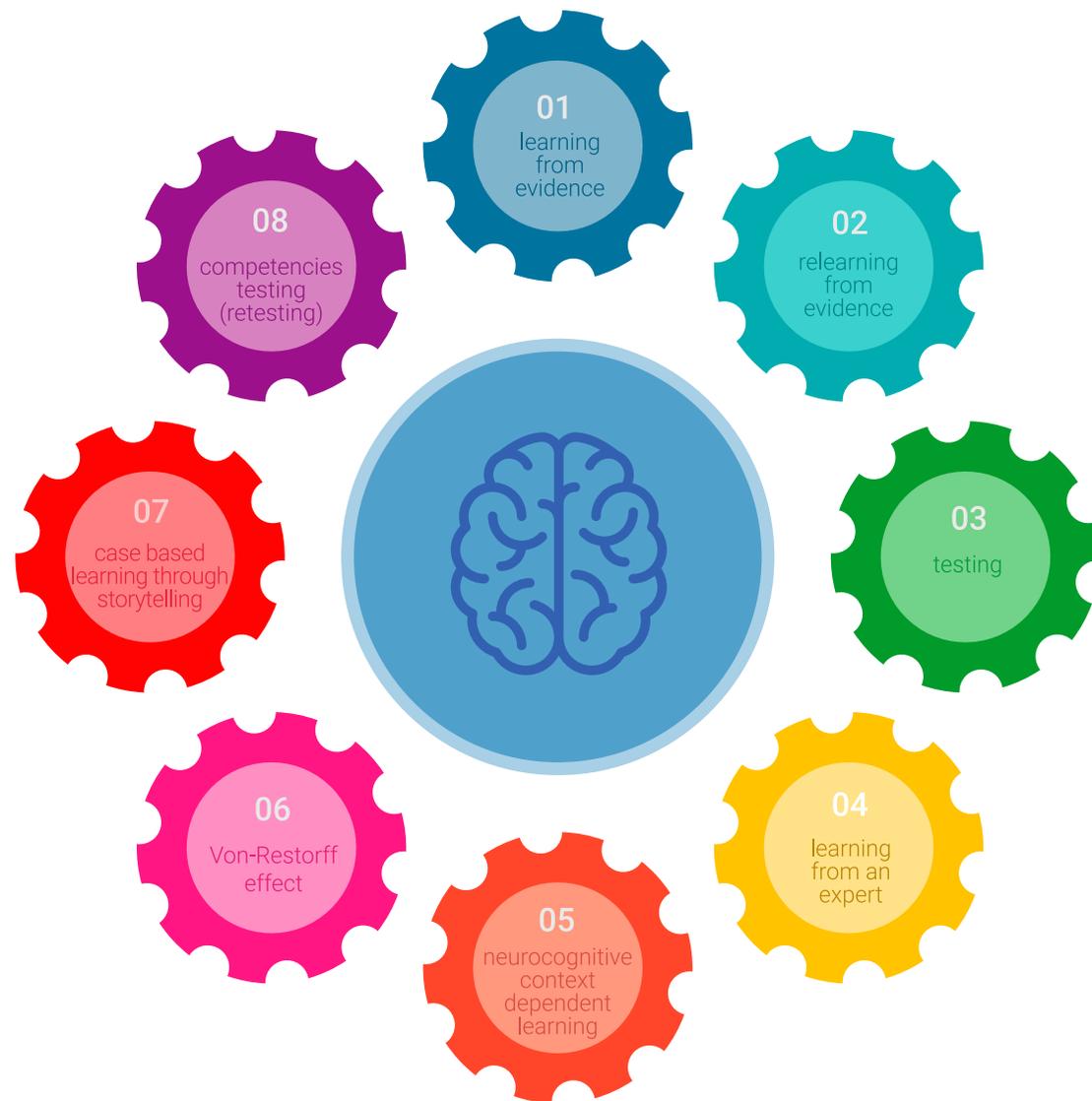
A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

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.

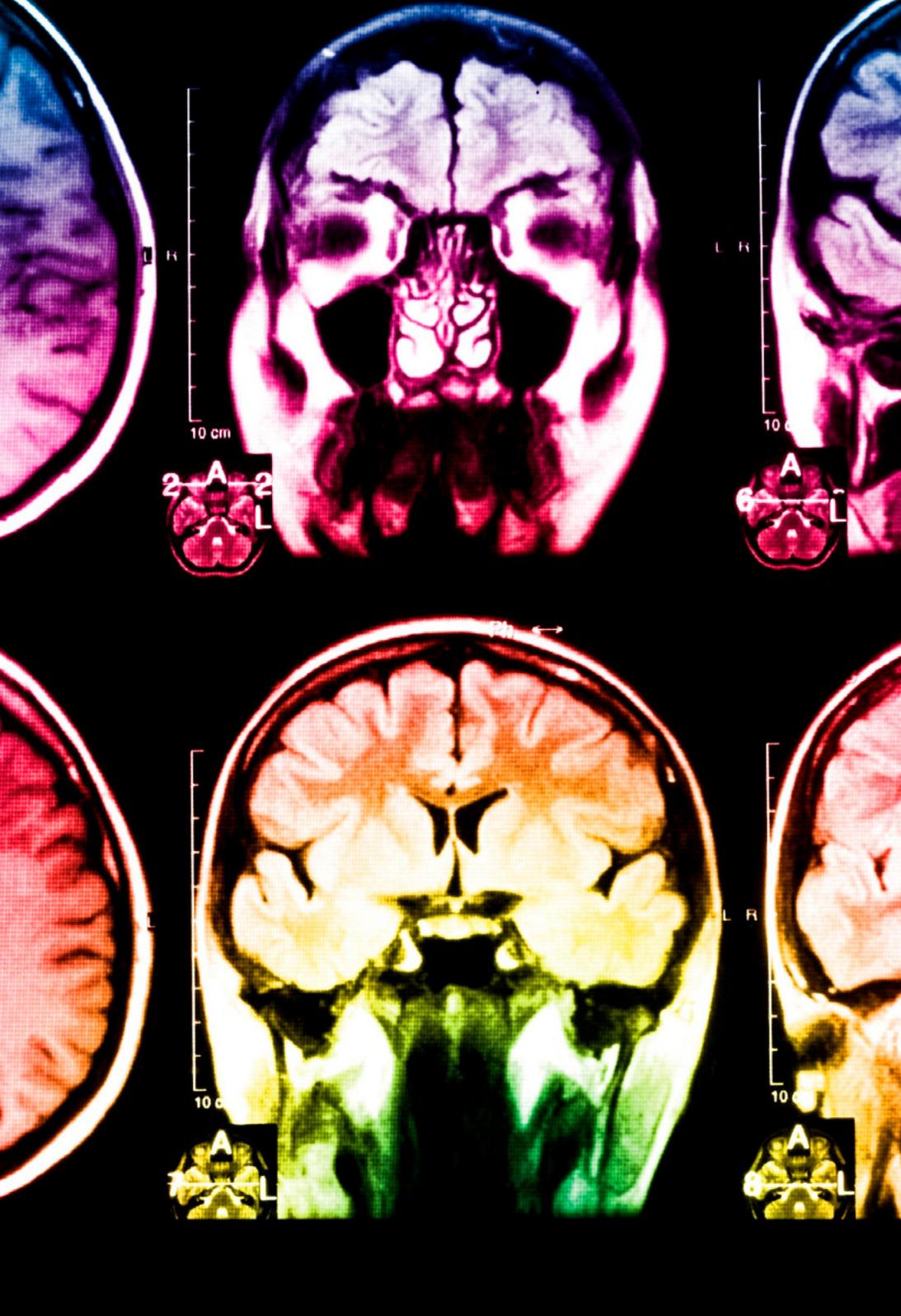


No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas 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.

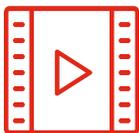
O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

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.



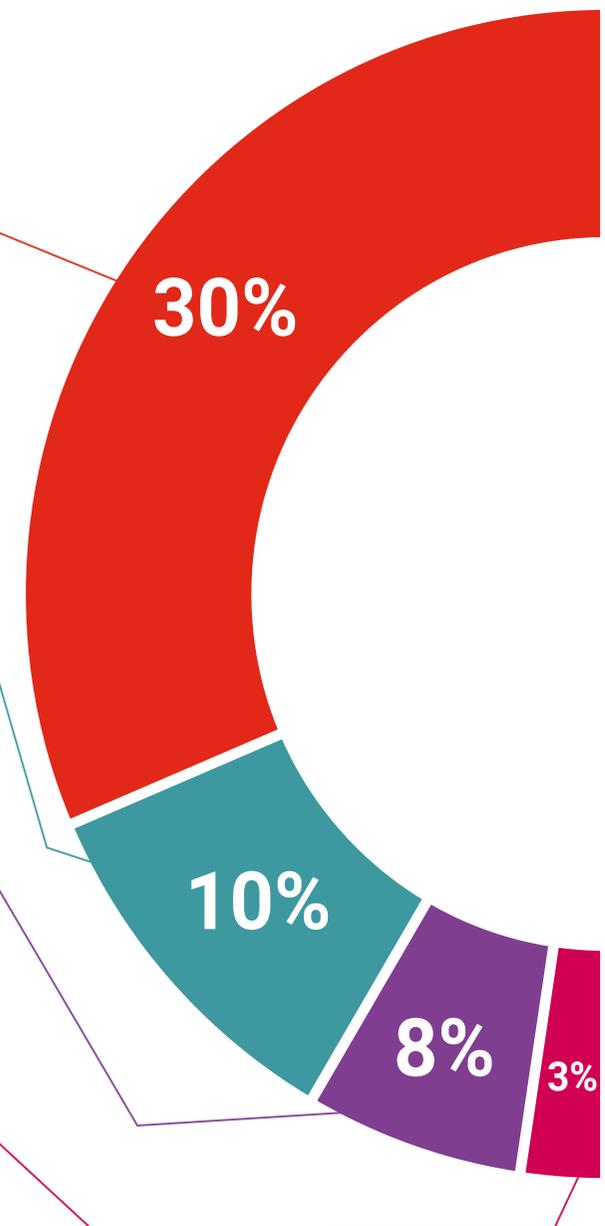
Práticas de aptidões e competências

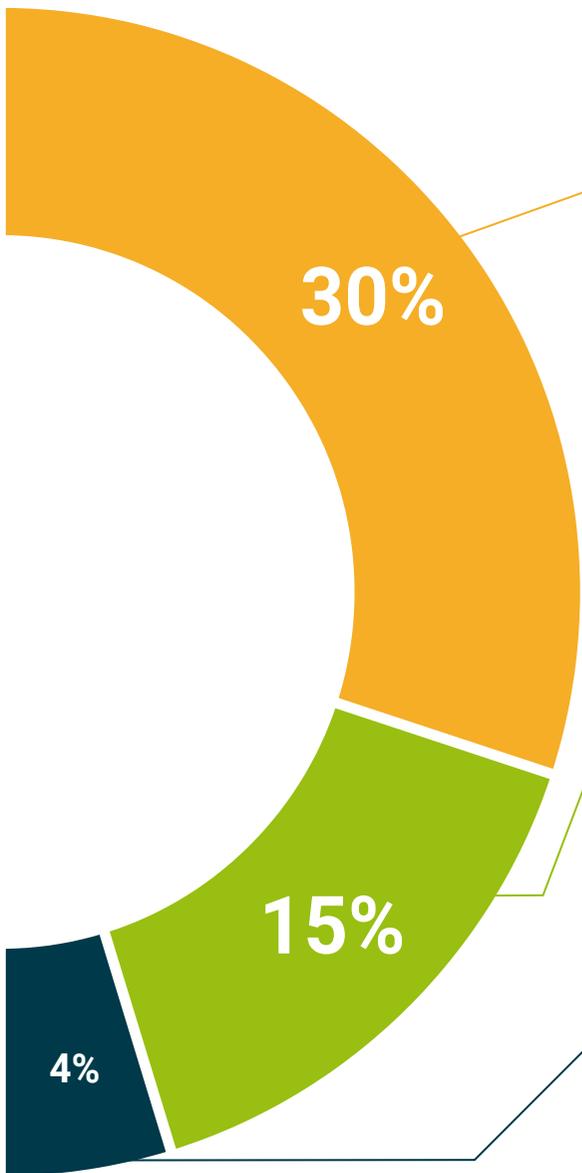
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



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.



09

O perfil dos nossos alunos

O Executive Master em Gestão Comercial e Vendas é um programa destinado a profissionais de que queiram atualizar os seus conhecimentos, descobrir novas formas de venda, compreender o mercado, desenvolver técnicas para fidelizar clientes e gerir equipas de vendas, bem como avançar na sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



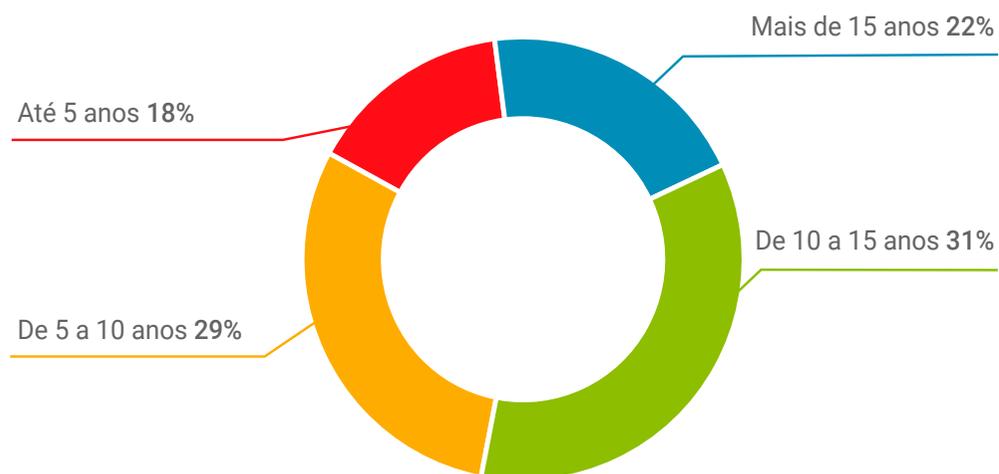
“

Multiplicar as suas hipóteses de sucesso profissional e pessoal é o nosso objetivo. Estamos a utilizar o melhor programa de ensino do mercado para o conseguir”

Idade média

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

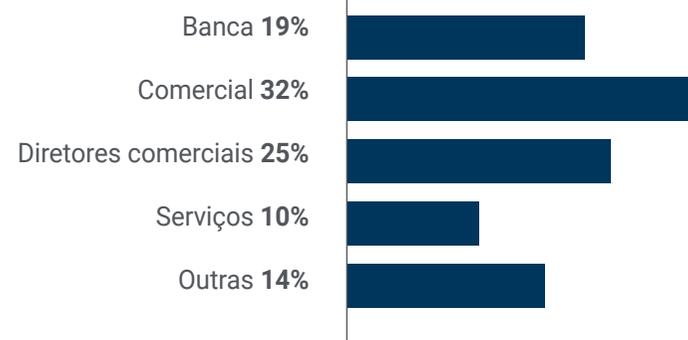
Anos de experiência



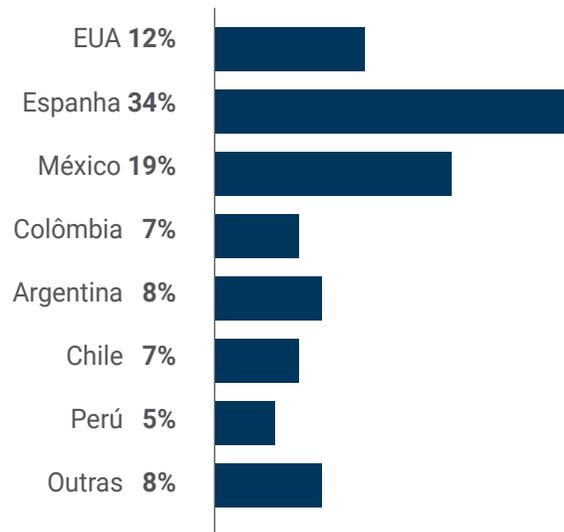
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Sonia Ortiz

Diretora Comercial

"A conclusão deste Executive Master permitiu-me estar a par dos principais desenvolvimentos na Gestão de Vendas e Marketing, setor no qual trabalho profissionalmente há mais de 10 anos. Estou grato à TECH pela possibilidade que me ofereceu, com este programa 100% online, porque caso contrário não teria podido continuar com os meus estudos"

10

Impacto para a sua carreira

A equipa profissional da TECH está plenamente consciente de que tomar 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.

Para este fim, uma série de ferramentas de alto nível são disponibilizadas aos estudantes para que estes possam adquirir a capacitação que tanto desejam e merecem.



“

Um programa de alto nível a um preço imbatível. Esse é o objetivo da TECH, e é por isso que cada vez mais estudantes nos escolhem”

Está pronto para dar o salto? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Executive Master da TECH em Gestão de Vendas e Marketing é um programa intensivo que prepara os estudantes para enfrentarem os desafios e as decisões empresariais no campo comercial. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

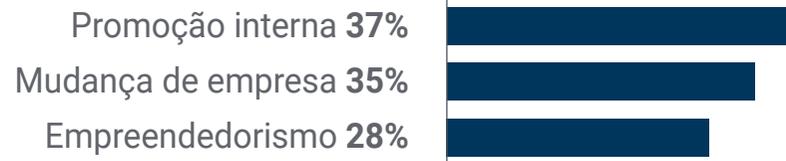
Este programa da TECH inclui as principais inovações do setor para que possa adquirir a especialização de que necessita num curto período de tempo.

Estude com um plano académico que lhe permita alcançar a posição desejada e melhorar as suas perspetivas salariais.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salários

A conclusão deste programa significa um aumento no salário anual de mais de **25,22%** para os nossos estudantes



11

Benefícios para a sua empresa

O Executive Master em Gestão Comercial E Vendas contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da especialização de líderes de alto nível. Por isso a participação neste programa académico melhorará não só a nível pessoal, mas sobretudo, a nível profissional, aumentando a sua aptidão do estudante de e melhorando as suas capacidades de gestão. Mas, além disso, a adesão à comunidade educacional da TECH é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Ganhe os conhecimentos necessários para trazer uma nova visão de mercado à sua empresa para o ajudar a vender mais e melhor”

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O futuro aluno trará para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que podem trazer mudanças significativas na organização.

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

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

03

Construção de agentes de mudança

O gestor será 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

Os licenciados poderão trabalhar ou criar um verdadeiro projeto no domínio da I&D ou do Desenvolvimento Empresarial na sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa irá equipar os alunos com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionarem a organização.

12

Certificação

O Executive Master em Gestão Comercial e vendas garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.





“

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

Este **Executive Master em Gestão Comercial e Vendas** 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 **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Certificação: **Executive Master em Gestão Comercial e Vendas**

ECTS: **60**

Carga horária: **1.500 horas**



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



Executive Master Gestão Comercial e Vendas

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

Executive Master

Gestão Comercial e Vendas

