

Executive Master

MBA em Gestão de Empresas Criativas

M B A G E C

A photograph of three business professionals in a meeting. A man in a blue shirt is pointing at a document on a table. A woman with red hair and glasses is looking at the document. Another person is partially visible in the background, holding a pencil. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape on the left and a white diagonal shape on the right.

tech universidade
tecnológica



Executive Master MBA em Gestão de Empresas Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: licenciados ou diplomados que tenham concluído anteriormente qualquer uma das certificações no domínio de gestão de empresas, marketing, comunicação ou design

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-empresas-criativas

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. 36

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 44

09

Direção do curso

pág. 48

10

Impacto para a sua carreira

pág. 56

11

Benefícios para
a sua empresa

pág. 60

12

Certificação

pág. 64

01

Boas-vindas

Embora a disciplina de gestão das indústrias criativas esteja apenas a começar a ver a luz do dia, cada vez mais empresas estão a abraçar a sua metodologia para promover o sucesso nos seus processos. Este trabalho, que promove as artes, a cultura, o design, os negócios e a tecnologia, requer profissionais altamente conhecedores que sejam capazes de transformar o valor da criatividade num bem económico para a empresa. Por este motivo, a TECH concebeu este programa no qual profissionais de diferentes ramos aprenderão a gerir o processo de idealização e implementação de propostas criativas de forma eficiente e a promover o crescimento financeiro e monetário da organização. Um plano de estudo que tem lugar ao longo de 12 meses e que marcará um antes e um depois na carreira profissional do estudante.



Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Criativas
TECH Universidade Tecnológica



“

Torne-se um trunfo de mudança para a sua organização e comece a promover as artes, cultura, design, negócios e tecnologia a partir de uma perspetiva fresca e eficaz”

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

A TECH concebeu este programa de MBA em Gestão de Empresas Criativas com o objetivo fundamental de ajudar os estudantes a adquirir as competências, ferramentas e conhecimentos que lhes permitirão trabalhar em empresas desta natureza, promovendo a geração e implementação de ideias inovadoras. Para este fim, foi preparado um programa completo que fornecerá uma visão de 360° de todas as singularidades da profissão, ensinado por um corpo docente de excelência.



“

O objetivo final da TECH com este MBA em Gestão de Empresas Criativas é formar os profissionais mais competentes e preparados no mercado”

Os seus objetivos são os da TECH.

Trabalhamos em conjunto para o ajudar a alcançá-los.

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Criativas prepara-o para:

01

Adquirir e compreender conhecimentos úteis para a capacitação dos estudantes, proporcionando-lhes competências para o desenvolvimento e aplicação de ideias originais no seu trabalho pessoal e profissional

02

Compreender como a criatividade e a inovação se tornaram as forças motrizes da economia

03

Resolução de problemas em ambientes inovadores e em contextos interdisciplinares no campo da gestão da criatividade

04

Integrar de os próprios conhecimentos com os dos outros, fazendo julgamentos e raciocínios informados com base nas informações disponíveis em cada caso



05

Saber como gerir o processo de criação e implementação de ideias inovadoras sobre um determinado tema

06

Adquirir conhecimentos específicos para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas

07

Atualização progressiva e constante num ambiente de capacitação autónoma

08

Possuir os instrumentos para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que as indústrias criativas se estão a desenvolver e a transformar atualmente



09

Ajudar os estudantes a adquirir as competências necessárias para desenvolver e evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de empreendedorismo

10

Obter conhecimentos para realizar gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas

11

Organizar e planear tarefas, tirando o máximo partido dos recursos disponíveis para lidar com as mesmas dentro de prazos precisos





12

Utilizar as novas tecnologias de informação e comunicação como instrumentos de capacitação e troca de experiências na área do estudo

13

Desenvolver capacidades comunicativas, tanto escritas como orais, bem como a capacidade de fazer apresentações profissionais eficazes na prática diária

14

Adquirir competências de pesquisa de mercado, visão estratégica, metodologias digitais e de co-criação

05

Competências

Após completar este programa abrangente concebido por profissionais da TECH, terá adquirido uma série de competências e aptidões que lhe permitirão trabalhar no ambiente de gestão das indústrias criativas com um maior grau de sucesso. Uma experiência académica que, como é ensinada completamente online, permite ao profissional continuar a crescer na sua carreira, sem negligenciar o seu trabalho e o resto das suas obrigações diárias. Por conseguinte, só precisa de um dispositivo eletrónico com acesso à Internet para aceder ao banco de conhecimentos mais completo e eficaz do mercado.



“

Conheça as particularidades do MBA em Gestão de Empresas Criativas e desenvolva as competências necessárias para ter sucesso neste campo”

01

Trabalhar em empresas do setor criativo sabendo como geri-la com sucesso

02

Para obter uma compreensão profunda do funcionamento e do contexto global das novas indústrias criativas

03

Ter um conhecimento profundo de todos os aspetos da proteção dos produtos criativos, desde a proteção da propriedade intelectual até ao direito da publicidade

04

Saber realizar uma boa gestão económica e financeira das empresas da indústria criativa



05

Saber calcular o lucro, a rentabilidade e os custos no âmbito de projetos criativos da indústria

06

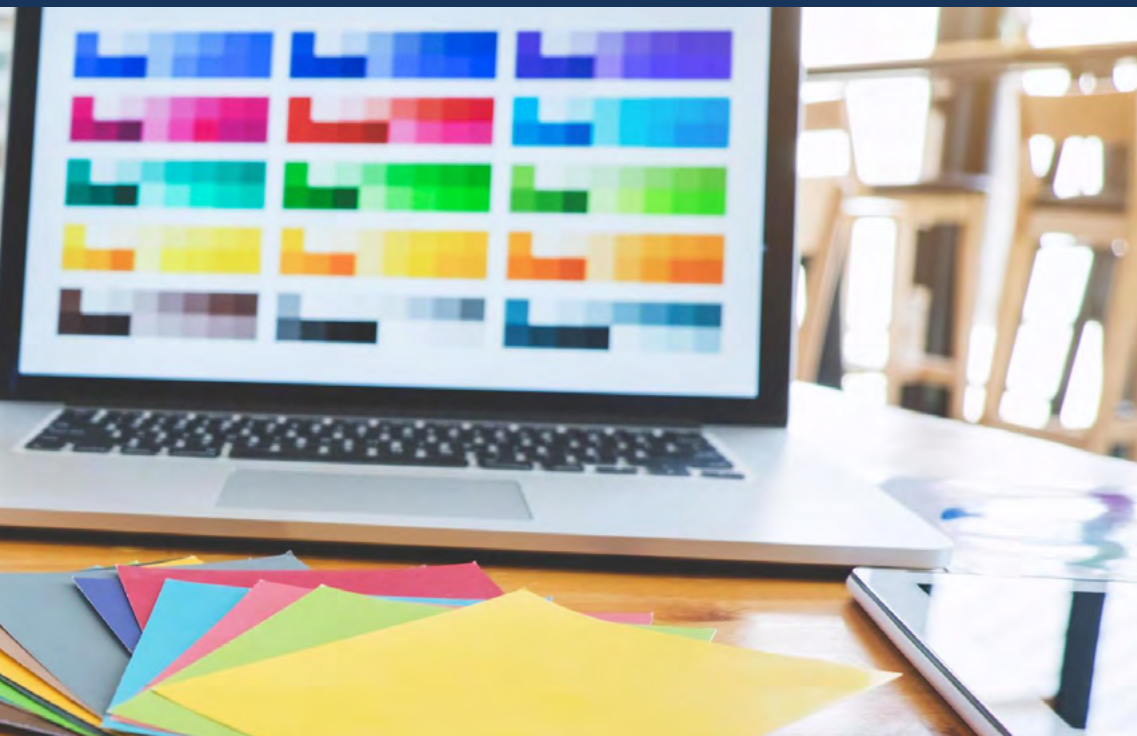
Possuir plenas competências na metodologia *Future Thinking* poder aplicar os seus benefícios no trabalho diário

07

Saber realizar uma boa gestão mudança e de previsão do futuro do empresas da indústria criativa

08

Ser capaz de levar a cabo uma gestão eficiente dos consumidores de empresas criativas



09

Saber gerir a comunicação a um nível integral para as empresas da indústria criativa

10

Poder fazer parte ativa do processo de branding nas empresas criativas

11

Ter conhecimentos profundos para permitir ao profissional gerir o processo de digitalização nas indústrias criativas





12

Saber como implementar estratégias inovadoras de marketing digital para empresas criativas

13

Proporcionar ao estudante um conhecimento abrangente que lhe permita tornar-se um empresário na indústria criativa, aproveitando ao máximo a sua ideia principal

14

Ajudar o profissional a adquirir ferramentas para gerir a liderança dentro destas indústrias

06

Estrutura e conteúdo

A estrutura e o conteúdo do MBA em Gestão de Empresas Criativas foram idealizados e concebidos por um grupo de profissionais altamente prestigiados nesta área do conhecimento, que vertem a experiência dos seus anos de trabalho neste programa de atualização. Desta forma, o programa que a TECH apresenta para este programa é concebido em formato multimédia, de modo a ajudar o estudante a internalizar os conhecimentos da forma mais fácil e confortável possível.



“

O que estuda é muito importante. As aptidões e competências que se adquirem são a chave. Não encontrará um programa de estudos mais completo do que este, acredite em nós”

Plano de estudos

Tradicionalmente a criatividade e a gestão têm sido vistas como disciplinas antagónicas. Hoje no entanto, a criatividade e a inovação tornaram-se os principais motores do progresso económico a par da tecnologia. Esta realidade exige novos perfis profissionais capazes de desenvolver de uma forma harmoniosa e eficaz estes instrumentos na gestão das chamadas indústrias criativas.

Através deste programa completo, o estudante obtém o domínio de todas as disciplinas necessárias para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas. O programa não se concentra apenas na gestão artística, mas visa fornecer os instrumentos para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que as indústrias criativas se estão a desenvolver e a transformar atualmente.

Este programa foi concebido para ser estudado com uma metodologia que promove a aquisição de competências no campo da pesquisa de mercado, visão estratégica, ferramentas digitais e co-criação

Por outro lado, os empregos neste setor estão em constante evolução. Por esta razão, o programa visa fornecer aos estudantes as competências necessárias para desenvolver e evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de entrepreneurs.

Tudo isto, condensado num programa académico dividido em dez módulos de ensino ensinados ao longo de 12 meses, pretende tornar-se um ponto de viragem na carreira profissional do estudante. Desta forma, após completar o programa, o estudante poderá começar a trabalhar em empresas da indústria criativa com uma maior taxa de sucesso.

Este programa tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em 10 módulos:

Módulo 1.	Novas indústrias criativas
Módulo 2.	Proteção de produtos criativos e intangíveis no mercado atual
Módulo 3.	Gestão económica e financeira das empresas criativas
Módulo 4.	<i>Futures Thinking</i> : como transformar o hoje a partir de amanhã?
Módulo 5.	Gestão de consumidores ou utilizadores em empresas criativas
Módulo 6.	<i>Creative Branding</i> : comunicação e gestão criativa da marca
Módulo 7.	Liderança e inovação nas indústrias criativas
Módulo 8.	A transformação digital na indústria criativa
Módulo 9.	Novas estratégias de <i>marketing</i> digital
Módulo 10.	O empreendedorismo nas indústrias criativas



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este MBA em Gestão de Empresas Criativas 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. Novas indústrias criativas

1.1. Novas indústrias criativas

- 1.1.1. Da indústria cultural à indústria criativa
- 1.1.2. As indústrias criativas de hoje
- 1.1.3. Atividades e setores que compõem as indústrias criativas

1.2. O peso económico das indústrias criativas nos dias de hoje

- 1.2.1. Contribuição
- 1.2.2. Fatores de crescimento e mudança
- 1.2.3. Panorama profissional nas indústrias criativas

1.3. Novo contexto global das indústrias criativas

- 1.3.1. Radiografia das indústrias criativas do mundo
- 1.3.2. Fontes de financiamento para as indústrias criativas em cada país
- 1.3.3. Estudos de caso: modelos de gestão e políticas públicas

1.4. Património natural e cultural

- 1.4.1. Património histórico e cultural
- 1.4.2. Subprodutos e serviços de museus, sítios arqueológicos, históricos e paisagens culturais
- 1.4.3. Património cultural intangível

1.5. Artes visuais

- 1.5.1. Artes plásticas
- 1.5.2. Fotografia
- 1.5.3. Artesanato

1.6. Artes performativas

- 1.6.1. Teatro e dança
- 1.6.2. Música e festivais
- 1.6.3. Feiras e circos

1.7. Meios audiovisuais

- 1.7.1. Filmes, televisão e conteúdo audiovisual
- 1.7.2. Rádio, podcasts e conteúdo áudio
- 1.7.3. Videojogos

1.8. A publicidade atual

- 1.8.1. Literatura, ensaios e poesia
- 1.8.2. Editores
- 1.8.3. Imprensa

1.9. Serviços criativos

- 1.9.1. Design e moda
- 1.9.2. Arquitetura e paisagismo
- 1.9.3. Publicidade

1.10. Ligações da economia criativa ou laranja

- 1.10.1. Modelo Cascata E círculos concêntricos
- 1.10.2. *Spillovers* Criatividade, produção e difusão do conhecimento
- 1.10.3. A cultura ao serviço da economia criativa

Módulo 2. Proteção de produtos criativos e intangíveis no mercado atual

2.1. Proteção legal dos bens intangíveis

2.2. Propriedade intelectual I

2.3. Propriedade intelectual II

2.4. Propriedade intelectual III

2.5. Propriedade Industrial I: Marcas

2.6. Propriedade industrial II: desenhos industriais

2.7. Propriedade Industrial III: patentes e modelos de utilidade

2.8. Propriedade Intelectual e Industrial: prática

2.9. Direito da Publicidade I

2.10. Direito da Publicidade II

Módulo 3. Gestão económica e financeira das empresas criativas**3.1. A necessária sustentabilidade económica**

- 3.1.1. A estrutura financeira de uma empresa criativa
- 3.1.2. A contabilidade numa empresa criativa
- 3.1.3. Triple balance

3.2. Receitas e despesas de uma empresa criativa hoje

- 3.2.1. Contabilidade de custos
- 3.2.2. Tipo de custos
- 3.2.3. Afetação de custos

3.3. Taxas de lucro na empresa

- 3.3.1. Margem de contribuição
- 3.3.2. Ponto de equilíbrio
- 3.3.3. Avaliar propostas alternativas

3.4. Investimento no setor criativo

- 3.4.1. O investimento na indústria criativa
- 3.4.2. Avaliação de um investimento
- 3.4.3. O método NPV: valor atual líquido

3.5. A rentabilidade na indústria criativa

- 3.5.1. Rentabilidade económica
- 3.5.2. Relação custo-eficácia do tempo
- 3.5.3. Contabilidade financeira

3.6. Tesouraria: liquidez e solvência

- 3.6.1. Fluxo de caixa
- 3.6.2. Balanço e demonstração de resultados
- 3.6.3. Liquidação e alavancagem

3.7. Fórmulas de financiamento atualmente no mercado criativo

- 3.7.1. Fundos de capital de risco
- 3.7.2. *Business Angels*
- 3.7.3. Convites à apresentação de propostas e subvenções

3.8. Preços de produtos na indústria criativa

- 3.8.1. Fixação de preços
- 3.8.2. Lucro vs. Competências
- 3.8.3. Estratégia de Preços

3.9. Estratégia de fixação de preços no setor criativo

- 3.9.1. Tipos de estratégias de preços
- 3.9.2. Vantagens
- 3.9.3. Desvantagens

3.10. Orçamentos operacionais

- 3.10.1. Ferramentas de planeamento estratégico
- 3.10.2. Elementos incluídos no orçamento operacional
- 3.10.3. Desenvolvimento e execução do orçamento operacional

Módulo 4. *Futures Thinking*: como transformar o hoje a partir de amanhã?**4.1. Metodologia *Futures Thinking***

- 4.1.1. Metodologia *Futures Thinking*
- 4.1.2. Vantagens da utilização desta metodologia
- 4.1.3. O papel do "futurista" na empresa criativa

4.2. Sinais de mudança

- 4.2.1. Sinais de mudança
- 4.2.2. Identificação de sinais de mudança
- 4.2.3. Interpretação de sinais

4.3. Tipos de futuros

- 4.3.1. Viagem ao passado
- 4.3.2. Os quatro tipos de futuros
- 4.3.3. Aplicação da metodologia do *Futures Thinking* no trabalho

4.4. *Previsão do futuro*

- 4.4.1. À procura de *Drivers*
- 4.4.2. Como criar uma previsão do futuro?
- 4.4.3. Como escrever um cenário futuro?

4.5. Técnicas de estimulação mental

- 4.5.1. Passado, futuro e empatia
- 4.5.2. Factos vs. Experiência
- 4.5.3. Rotas alternativas

4.6. Previsão colaborativa

- 4.6.1. O futuro como um jogo
- 4.6.2. *Future Wheel*
- 4.6.3. O futuro a partir de diferentes abordagens

4.7. Vitórias épicas

- 4.7.1. Da descoberta à proposta de inovação
- 4.7.2. A vitória épica
- 4.7.3. A equidade no jogo do futuro

4.8. Futuros preferidos

- 4.8.1. Futuros preferidos
- 4.8.2. Técnicas
- 4.8.3. Trabalhar de trás para a frente a partir do futuro

4.9. Das previsões às ações

- 4.9.1. Imagens do futuro
- 4.9.2. Artefactos do futuro
- 4.9.3. Roteiro

4.10. ODS: Uma visão global e multidisciplinar do futuro

- 4.10.1. O desenvolvimento sustentável como um objetivo global
- 4.10.2. A gestão humana na natureza
- 4.10.3. Sustentabilidade social

Módulo 5. Gestão de consumidores ou utilizadores em empresas criativas

5.1. O utilizador no contexto atual

- 5.1.1. A mudança do consumidor em tempos recentes
- 5.1.2. A importância da Investigação
- 5.1.3. Análise de tendências

5.2. Estratégia centrada nas pessoas

- 5.2.1. Estratégia *Human Centric*
- 5.2.2. Pontos chave e benefícios de ser *Human Centric*
- 5.2.3. Casos de sucesso

5.3. Os dados na estratégia *Human Centric*

- 5.3.1. Os dados na estratégia *Human Centric*
- 5.3.2. O valor dos dados
- 5.3.3. Vista 360° do cliente

5.4. Implantação da estratégia *Human Centric* na indústria criativa

- 5.4.1. Transformar a informação dispersa em conhecimento do cliente
- 5.4.2. Análise da oportunidade
- 5.4.3. Estratégias e iniciativas de maximização

5.5. Metodologia *Human Centric*

- 5.5.1. Da investigação à prototipagem
- 5.5.2. Modelo de diamante duplo: processo e fases
- 5.5.3. Ferramentas

5.6. *Design Thinking*

- 5.6.1. O *Design Thinking*
- 5.6.2. Metodologia
- 5.6.3. Técnicas e ferramentas de *Design Thinking*

5.7. Posicionamento da marca na mente do utilizador

- 5.7.1. A análise do Posicionamento
- 5.7.2. Tipologia
- 5.7.3. Metodologia e ferramentas

5.8. *User Insights* nas empresas criativa

- 5.8.1. Os *Insights* e sua importância
- 5.8.2. *Customer journey* e a importância do *mapa do percurso*
- 5.8.3. Técnicas de investigação

5.9. Perfil do utilizador (arquétipos e persona do comprador)

- 5.9.1. Arquétipos
- 5.9.2. Buyer persona
- 5.9.3. Metodologia de análise

5.10. Recursos e técnicas de investigação

- 5.10.1. Técnicas em contexto
- 5.10.2. Técnicas de visualização e criação
- 5.10.3. Técnicas de contraste de voz

Módulo 6. *Creative Branding*: comunicação e gestão criativa da marca

6.1. Marcas e branding

- 6.1.1. A Marca
- 6.1.2. Evolução do branding
- 6.1.3. Posicionamento, personalidade de marca, notoriedade

6.2. Construção da marca

- 6.2.1. Marketing Mix
- 6.2.2. Arquitetura de Marca
- 6.2.3. Identidade de marca

6.3. Expressão da marca

- 6.3.1. Identidade gráfica
- 6.3.2. Expressão visual
- 6.3.3. Outros elementos que refletem a marca

6.4. Comunicação

- 6.4.1. Abordagens
- 6.4.2. *Pontos de contacto da marca*
- 6.4.3. Técnicas e ferramentas de comunicação

6.5. Conteúdo da marca

- 6.5.1. Das marcas às plataformas de entretenimento
- 6.5.2. O aumento do conteúdo de marca
- 6.5.3. Ligação com o público através de contos únicos

6.6. *Visual Storytelling*

- 6.6.1. Análise da marca
- 6.6.2. Conceitos de publicidade criativa
- 6.6.3. Venda criativa

6.7. *Customer Experience*

- 6.7.1. *Customer experience* (CX)
- 6.7.2. *Customer journey*
- 6.7.3. Alinhamento da marca e EC

6.8. Planeamento estratégico

- 6.8.1. Objetivos
- 6.8.2. Identificação de audiências e perceções
- 6.8.3. O desenho da estratégia

6.9. Performance

- 6.9.1. *Briefing*
- 6.9.2. Táticas
- 6.9.3. Plano de produção

6.10. Avaliação

- 6.10.1. O que avaliar?
- 6.10.2. Como avaliar? (Ferramentas de medição)
- 6.10.3. Relatórios de resultados

Módulo 7. Liderança e inovação nas indústrias criativas**7.1. Criatividade aplicada à indústria**

- 7.1.1. Expressão criativa
- 7.1.2. Recursos criativos
- 7.1.3. Técnicas criativas

7.2. A nova cultura de inovação

- 7.2.1. O contexto da inovação
- 7.2.2. Porque é que a inovação falha?
- 7.2.3. Teorias académicas

7.3. Dimensões e alavancas da inovação

- 7.3.1. Os planos ou dimensões da inovação
- 7.3.2. Atitudes para a inovação
- 7.3.3. Intra-empendedorismo e tecnologia

7.4. Constrangimentos e barreiras à inovação na indústria criativa

- 7.4.1. Restrições pessoais e de grupo
- 7.4.2. Restrições sociais e organizações
- 7.4.3. Restrições industriais e tecnológicas

7.5. Inovação fechada e inovação aberta

- 7.5.1. Da Inovação fechada à inovação aberta
- 7.5.2. Práticas para implementar a inovação aberta
- 7.5.3. Experiências de inovação aberta nas empresas

7.6. Modelos de negócio inovadores nas IICC

- 7.6.1. Tendências comerciais na economia criativa
- 7.6.2. Casos de Estudo
- 7.6.3. Revolução sectorial

7.7. Liderar e gerir uma estratégia de inovação

- 7.7.1. Impulsionar a adoção
- 7.7.2. Liderar o processo
- 7.7.3. Mapas de portfólios

7.8. Financiamento da inovação

- 7.8.1. CFO: investidor de capital de risco
- 7.8.2. Financiamento dinâmico
- 7.8.3. Respondendo aos desafios

7.9. Hibridização: inovar na economia criativa

- 7.9.1. Interseção de setores
- 7.9.2. Gerar soluções disruptivas
- 7.9.3. O efeito Medici

7.10. Novos ecossistemas criativos e inovadores

- 7.10.1. Geração de ambientes inovadores
- 7.10.2. A criatividade como forma de vida
- 7.10.3. Ecossistemas

Módulo 8. A transformação digital na indústria criativa**8.1. O futuro digital da indústria criativa**

- 8.1.1. Transformação digital
- 8.1.2. Situação do setor e sua comparação
- 8.1.3. Desafios futuros

8.2. Quarta revolução industrial

- 8.2.1. A revolução industrial
- 8.2.2. Aplicação
- 8.2.3. Impactos

8.3. Viabilizadores digitais para o crescimento

- 8.3.1. Eficácia operacional, aceleração e melhoria
- 8.3.2. Transformação digital contínua
- 8.3.3. Soluções e serviços para as indústrias criativas

8.4. Aplicação de *Big Data* nos negócios

- 8.4.1. Valor dos dados
- 8.4.2. Os dados na tomada de decisões
- 8.4.3. *Empresa direcionada para os dados*

8.5. Tecnologia cognitiva

- 8.5.1. IA e Digital Interaction
- 8.5.2. IoT e robótica
- 8.5.3. Outras práticas digitais

8.6. Usos e aplicações da tecnologia *blockchain*

- 8.6.1. *Blockchain*
- 8.6.2. Valor para o setor das IICC
- 8.6.3. Versatilidade das transações

8.7. Omni-canal e desenvolvimento transmedia

- 8.7.1. Impacto no setor
- 8.7.2. Análise do desafio
- 8.7.3. Desenvolvimentos

8.8. Ecossistemas de empreendedorismo

- 8.8.1. O papel da inovação e do capital de risco
- 8.8.2. O ecossistema *start-up* e os agentes que o compõem
- 8.8.3. Como maximizar a relação entre o agente criativo e as *start-up*?

8.9. Novos modelos de negócio disruptivos

- 8.9.1. Baseado no marketing (plataformas e *mercados*)
- 8.9.2. Baseado na prestação de serviços (modelos *freemium*, *premium* ou subscrição)
- 8.9.3. Baseado na comunidade (a partir de *Crowdfunding*, redes sociais ou blogs)

8.10. Metodologias para promover a cultura da inovação na indústria criativa

- 8.10.1. Estratégia de Inovação do Oceano Azul
- 8.10.2. Estratégia de inovação *Lean Star-up*
- 8.10.3. Estratégias de inovação Agile

Módulo 9. Novas Estratégia de Marketing digital

9.1. Tecnologia e audiências

- 9.1.1. Estratégia digital e diferenças entre os tipos de utilizadores
- 9.1.2. Público-alvo, fatores de exclusão e gerações
- 9.1.3. O Ideal *Costumer Profile* (ICP) e a persona de comprador

9.2. Análise digital para diagnóstico

- 9.2.1. Da Análise pré-estratégica à estratégia digital
- 9.2.2. Momento 0
- 9.2.3. KPIs e métricas, tipologias, classificação de acordo com metodologias

9.3. *E-entertainment*: o impacto do e-commerce na indústria de entretenimento

- 9.3.1. *E-commerce*, tipologias e plataformas
- 9.3.2. A importância do design da web: UX e UI
- 9.3.3. Otimização do espaço online: requisitos mínimos

9.4. Social media e *influencer marketing*

- 9.4.1. Impacto e evolução do *marketing* nas redes
- 9.4.2. Persuasão, chaves para o conteúdo e ações virais
- 9.4.3. Planeamento de campanhas de *marketing* social e *influencer Marketing*

9.5. Mobile marketing

- 9.5.1. Utilizador Mobile
- 9.5.2. Web Mobile e Apps
- 9.5.3. Ações de *Mobile Marketing*

9.6. Publicidade em ambientes online

- 9.6.1. Publicidade em RRSS e objetivos dos anúncios nos meios sociais
- 9.6.2. O funil de compra ou *purchase funnel*: categorias
- 9.6.3. Plataformas de anúncios nos meios sociais

9.7. A metodologia de Inbound Marketing

- 9.7.1. *Social Selling*, principais pilares e estratégia
- 9.7.2. A plataforma CRM numa estratégia digital
- 9.7.3. Inbound Marketing ou Attraction Marketing: ações e SEO

9.8. Automatização do Marketing

- 9.8.1. *Email Marketing* e tipologia de correio eletrónico
- 9.8.2. Automatização do *Email Marketing*, aplicações, plataformas e vantagens
- 9.8.3. O aparecimento do Bot & *Chatbot Marketing*: tipologia e plataformas

9.9. Ferramentas de gestão de dados

- 9.9.1. CRM em estratégia digital, tipologias e aplicações, plataformas e tendências
- 9.9.2. Big Data Big Data, *Business Analytics* e *Business Intelligence*
- 9.9.3. Big Data, Inteligência Artificial e *Data Science*

9.10. A medição a rentabilidade

- 9.10.1. ROI: a definição de retorno do investimento e ROI vs. ROAS
- 9.10.2. Otimização do ROI
- 9.10.3. Principais métricas

Módulo 10. O empreendedorismo nas indústrias criativas**10.1. O projeto empreendedor**

- 10.1.1. Empreendedorismo, tipos e ciclo de vida
- 10.1.2. Perfil do empreendedor
- 10.1.3. Tópicos de interesse para o empreendedorismo

10.2. Liderança pessoal

- 10.2.1. Autoconhecimento
- 10.2.2. Capacidade empreendedora
- 10.2.3. Desenvolvimento de competências e capacidades de liderança empresarial

10.3. Identificação de oportunidades de inovação e empreendedorismo

- 10.3.1. Análise de megatendências e forças competitivas
- 10.3.2. Comportamento do consumidor e estimativa da procura
- 10.3.3. Avaliação de oportunidades de negócio

10.4. Geração de ideias comerciais na indústria criativa

- 10.4.1. Ferramentas para a criação de ideias: *brainstorming*, mapas mentais, *drawstorming*, etc.
- 10.4.2. Desenho da proposta de valor: CANVAS, 5 W
- 10.4.3. Desenvolvimento da proposta de valor

10.5. Prototipagem e validação

- 10.5.1. Desenvolvimento de protótipos
- 10.5.2. Validação
- 10.5.3. Ajustes de prototipagem

10.6. O desenho dos modelos de negócio

- 10.6.1. Modelos de negócio
- 10.6.2. Metodologias para a criação de modelos de negócio
- 10.6.3. Desenho do modelo de negócio para a ideia proposta

10.7. Liderança de equipa

- 10.7.1. Perfis da equipa de acordo com os temperamentos e a personalidade
- 10.7.2. Habilidades de líder de equipa
- 10.7.3. Métodos de trabalho em equipa

10.8. Mercados culturais

- 10.8.1. Natureza dos mercados culturais
- 10.8.2. Tipos de mercados culturais
- 10.8.3. Identificação dos mercados culturais locais

10.9. Plan de Marketing e *branding* pessoal

- 10.9.1. Projeção de projetos pessoais e empreendedores
- 10.9.2. Plano estratégico de curto e médio prazo
- 10.9.3. Variáveis para medir o sucesso

10.10. *Pitch* de venda

- 10.10.1. Apresentação do projeto aos investidores
- 10.10.2. Produzir apresentações atrativas
- 10.10.3. Desenvolver capacidades de comunicação eficazes

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 programa destina-se a licenciados e certificados que tenham completado anteriormente qualquer uma das seguintes licenciaturas no domínio da administração de empresas, marketing, design ou comunicação.

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

Os profissionais com uma certificação universitária em qualquer área e dois anos de experiência de trabalho no campo da gestão empresarial criativa são também elegíveis para o programa.



“

Se quiser fazer parte do nosso grupo seletivo de ex-alunos, e multiplicar as suas oportunidades profissionais, então este programa é para si”

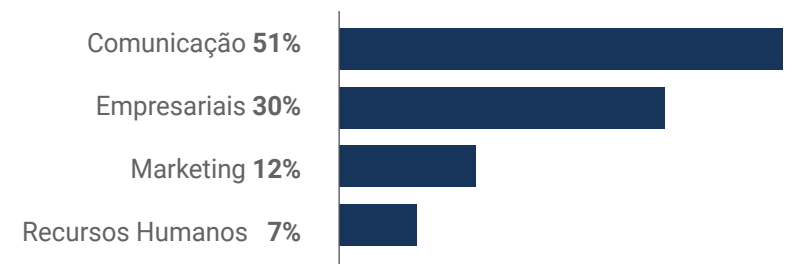
Idade média

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

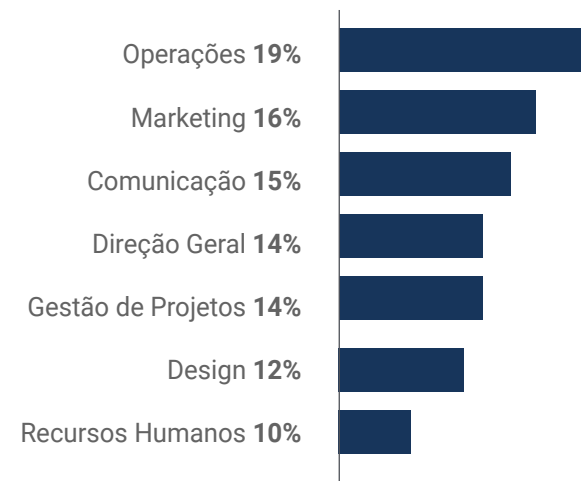
Anos de experiência



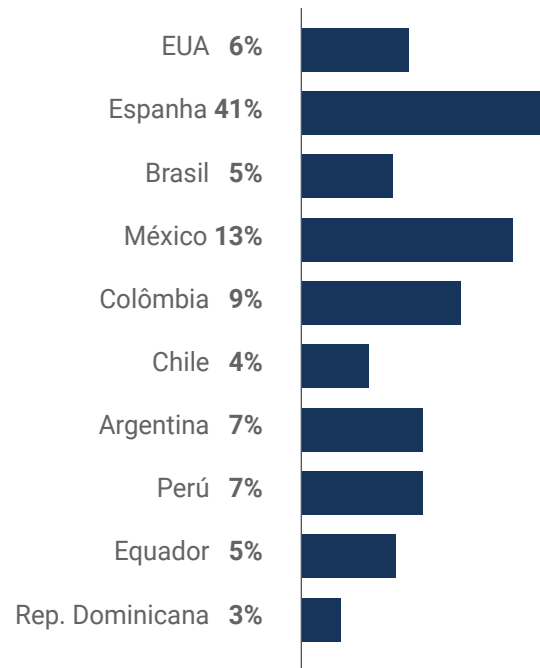
Área de Estudo



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Ariadna González Suárez

CEO da empresa têxtil

"Sem dúvida, estudar na TECH tem sido uma grande descoberta para mim. Estava à procura de um programa que me ajudasse a promover a criatividade na minha empresa e com este programa consegui-o. Além disso, estou a levar comigo uma agenda de excelentes contactos que adquiri durante o programa"

09

Direção do curso

Na sua busca de uma educação de qualidade que lança as bases para o crescimento profissional dos estudantes, a TECH reuniu para este programa o grupo mais completo e especializado de profissionais de trabalho na cena internacional. Isto garantirá ao estudante que, ao atualizar os seus conhecimentos nesta Universidade, terá a certeza de ter o conhecimento mais completo e eficaz do mercado, podendo assim trabalhar nas indústrias do setor criativo com uma maior taxa de sucesso.





“

Temos uma equipa de professores altamente experientes que o ajudarão a especializar-se neste setor”

Diretor Convidado Internacional

S. Mark Young é um especialista de renome internacional que tem centrado a sua investigação na **indústria do entretenimento**. As suas descobertas receberam inúmeros prémios, incluindo o **Prémio pela Trajetória em Contabilidade e Gestão** de 2020, atribuído pela Associação Americana de Contabilidade (American Accounting Association). Recebeu também três prémios pelas suas **contribuições para a literatura académica** nestes domínios.

Um dos marcos mais notáveis da sua carreira foi a publicação do estudo *Narcisismo e Celebidades*, juntamente com o Dr. Drew Pinsky. Este texto compilou **dados diretos sobre personalidades famosas** do cinema e da televisão. Além disso, no artigo, que mais tarde se tornaria num livro best-seller, o especialista analisou os **comportamentos narcisistas** das estrelas de celuloide e a forma como estes se normalizaram nos meios de comunicação modernos. Ao mesmo tempo, abordou o **impacto destes comportamentos na juventude contemporânea**.

Ao longo da sua vida profissional, Young também se debruçou sobre a **organização** e o **foco da indústria cinematográfica**. Mais concretamente, investigou modelos de **previsão do êxito de bilheteira** dos grandes filmes. Contribuiu igualmente para a contabilidade baseada em atividades e para o design de sistemas de controlo. Em particular, é bem conhecida a sua influência na implementação de uma **gestão eficaz baseada no *Balanced Scorecard***.

O trabalho académico também marcou a sua vida profissional, tendo sido eleito para **liderar a Cátedra de Investigação George Bozanic e Holman G. Hurt em Negócios de Desportos de Entretenimento**. Também lecionou e participou em programas de estudo relacionados com a **Contabilidade**, o **Jornalismo** e a **Comunicação**. Paralelamente, os seus estudos de licenciatura e pós-graduação ligaram-no a prestigiadas universidades americanas, como a de Pittsburgh e do Ohio.



Doutor Young, S. Mark

- ♦ Diretor da Cátedra George Bozanic e Holman G. Hurt na USC Marshall, Los Angeles, EUA
- ♦ Historiador Oficial da Equipa Masculina de Ténis da Universidade do Sul da Califórnia
- ♦ Investigador académico especializado no desenvolvimento de modelos de previsão para a indústria cinematográfica
- ♦ Coautor do livro Narcisismo e Celebidades
- ♦ Doutoramento em Ciências da Contabilidade pela Universidade de Pittsburgh
- ♦ Mestrado em Contabilidade pela Ohio State University
- ♦ Licenciado em Ciências Económicas pelo Oberlin College
- ♦ Membro de: Centro para a Excelência de Ensino

“

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

Direção



Dra. Marga Velar

- ♦ Corporate Marketing Manager no SGN Group (Nova York)
- ♦ Gestão no Forefashion Lab
- ♦ Licenciatura em Comunicação Audiovisual com diploma em Comunicação e Gestão da Moda pelo Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense, Madrid
- ♦ Doutoramento em Comunicação na Universidade Carlos III de Madrid
- ♦ MBA em Gestão de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School
- ♦ Professora no Centro Universitário Villanueva, na ISEM Fashion Business School e na Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra

Professores

Sra. Carolina Eyzaguirre Vilanova

- ♦ Legal Counsel para o Diretor Geral da empresa Eley Hawk
- ♦ Professora na Ordem dos Advogados de Madrid no Mestrado em Direito Digital, Inovação e Tecnologias Emergentes
- ♦ Assessoria jurídica no domínio do direito da publicidade para Autocontrolo (Associação para a Auto-Regulação da Comunicação Comercial)
- ♦ *Designer* em múltiplos projetos em empresas como o Estudio Mariscal, a RBA Ediciones (revistas National Geographic e El Mueble) e os Laboratorios Echevarne
- ♦ Licenciatura em Direito e Design pela Universidade Pompeu Fabra de Barcelona
- ♦ Especializada em Propriedade Intelectual com um Mestrado Oficial da Universidade Pontifícia Comillas (ICADE) em Madrid

Sr. Carlos Sanjosé

- ♦ Responsável do Digital em MURPH
- ♦ Criador de conteúdos há mais de 8 anos no Liceo25, empresa mãe de meios de comunicação online como 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine ou Libra, entre outros
- ♦ Especialista em marketing e estratégia digital, Social Media & Social Ads, plataformas de e-commerce e Email Marketing
- ♦ Licenciatura em Publicidade e RP

Dra. Patrícia San Miguel

- ♦ Diretora e criadora do observatório para análise do impacto digital das marcas de moda Digital Fashion Brands
- ♦ Professora em *marketing* digital na ISEM Fashion Business School e na Universidade de Navarra
- ♦ Doutoramento pela Universidade de Navarra
- ♦ Licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ MBA em Moda Executiva pela ISEM
- ♦ Escritora do livro *Influencer Marketing*

Sra. Sandra Bravo Durán

- ♦ Professora em diferentes universidades e escolas de negócios viradas para a indústria da moda e do luxo
- ♦ Especialista em Trend Forecasting e *Customer Insights*
- ♦ Socióloga e economista da Universidade de Salamanca
- ♦ Mestrado Executivo em Direção de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School
- ♦ Programa de Inovação Social, Sustentabilidade e Reputação de Empresas de Moda no ISEM
- ♦ PhD Candidate em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra

Sr. Rumén Justo

- ♦ Consultor de empresas e empresários da Universidade de La Laguna (EmprendeULL)
- ♦ Fundador da produtora JR Producciones
- ♦ Co-fundador das startups E-MOVE, E-CARS e SENDA ECOWAY
- ♦ Diretor Executivo da SENDA ECOWAY
- ♦ Mentor acreditado da Rede Espanhola de Mentoreamento no CEOE (CEOE)
- ♦ Lean Coach em Olympo Boxes, da Câmara de Comércio de Santa Cruz de Tenerife
- ♦ Licenciado em ADE
- ♦ Mestrado em PRL pela SGS
- ♦ Pós-graduado em Vigilância Tecnológica
- ♦ Pós-graduado em Roadmapping pela UPC
- ♦ Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade de Vigo

Sra. Cristina Arroyo Villoria

- ♦ Parceira e Diretora de Projetos e Empreendedorismo na Fábrica de Indústrias Criativas
- ♦ Planeamento Estratégico, Desenvolvimento Empresarial e Estratégia de Comunicação e Comercialização
- ♦ Licenciada em Ciências do Trabalho pela Universidade de Valladolid
- ♦ Mestrado em Gestão e Gestão de Recursos Humanos pela Escola de Negócios de San Pablo CEU
- ♦ Mestrado em Tecnologia Educativa pela Bureau Veritas Business School





Dra. Jessica Paule Vianez

- ♦ Professora de Economia / Departamento de Economia Empresarial na Universidade Rey Juan Carlos
- ♦ Doutoramento com Menção Internacional em Ciências Sociais e Jurídicas pela Escola Internacional de Doutoramento da Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Licenciatura em Finanças e Contabilidade pela Universidade de Extremadura
- ♦ Grau em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade de Valência
- ♦ Mestrado em Processamento de Informação Estatística Computacional pela Universidade Complutense de Madrid

Sra. Ana Belén Gallego Martínez

- ♦ Consultor independente Belen Galmar Acompanhamento Empresarial
- ♦ Licenciada em Direito pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ MBA - Mestrado em Gestão e Administração de Empresas, especializado em gestão financeira, Universidad Camilo José Cela
- ♦ Programa Executivo de Transformação Digital da Escuela de Organización Industrial

10

Impacto na sua carreira

A TECH está plenamente consciente de que tomar um programa com envergadura é um grande investimento económico, profissional e, claro, pessoal.

Por isso, o objetivo final de alunos 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

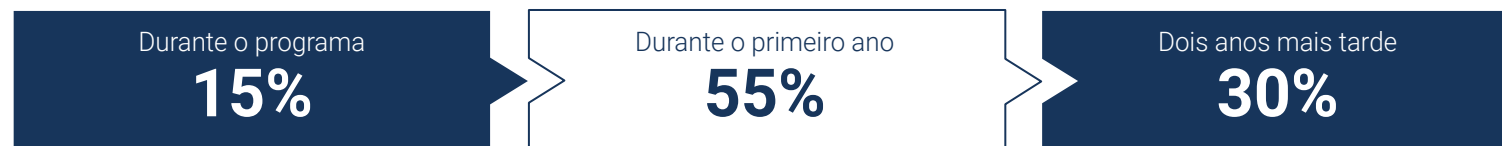
O MBA em Gestão de Empresas Criativas da TECH é um programa intensivo que o prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais no campo da gestão de ideias, projetos e trabalho. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional do estudante, desenvolvendo a sua criatividade e ajudando-o a ser capaz de promover a criatividade dos outros. Desta forma, a TECH motiva o profissional a estar no caminho do sucesso.

Se quiser melhorar, fazer uma mudança positiva a nível profissional e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

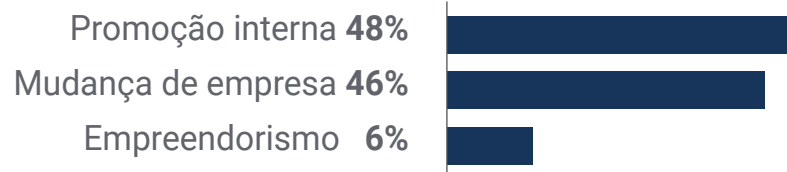
Num mundo de trabalho competitivo, a especialização é o melhor trunfo do profissional quando se trata de fazer sobressair o seu perfil dos outros.

Obtenha as melhorias salariais que merece, levando este programa completo com a TECH.

Momento de mudança

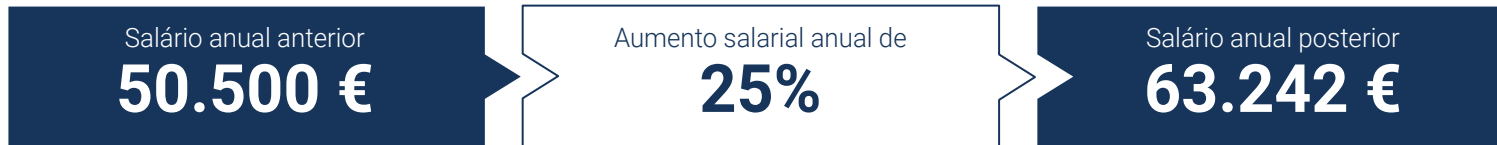


Tipo de mudança



Melhoria dos salários

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



11

Benefícios para a sua empresa

O MBA em Gestão de Empresas Criativas contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da capacitação de líderes de alto nível.

Completar este programa é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Numa época de contínua mudança social e tecnológica, saber gerir corretamente a criatividade torna-se um elemento chave quando se trata de fazer sobressair uma organização”

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 criativa na organização.

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga 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

O profissional 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 contactos 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 da I&D ou do desenvolvimento do negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa irá equipar os seus profissionais com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionar a organização.



12

Certificação

O Executive Master em Direção de Empresas Criativas 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 MBA Gestão de Empresas Criativas** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

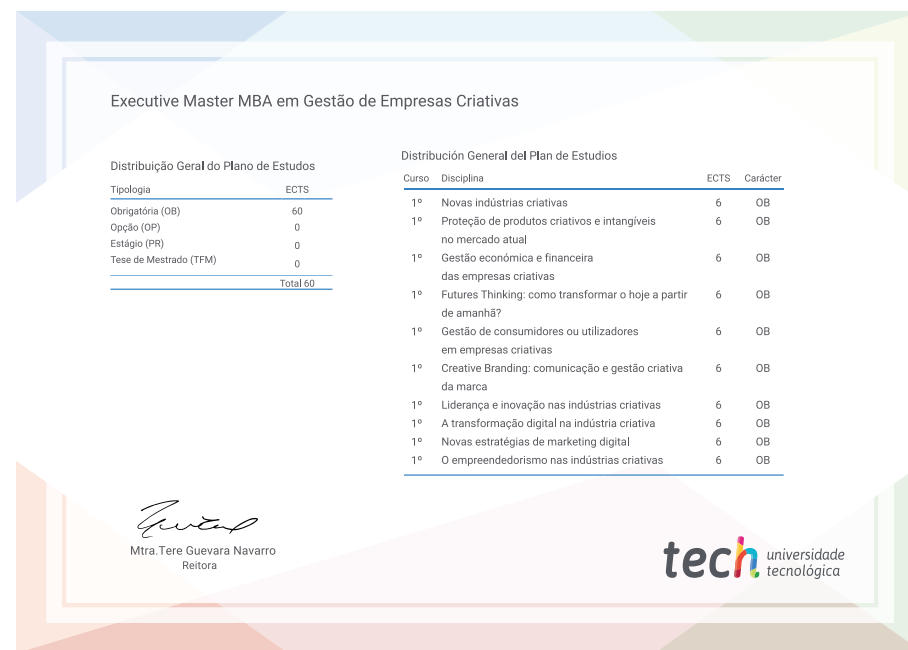
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio*, com aviso de receção, o certificado correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 MBA em Gestão de Empresas Criativas**

ECTS: **60**

Carga horária: **1500 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 MBA em Gestão de Empresas Criativas

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Créditos: **60 ECTS**
- » Tempo Dedicado: **16 horas/semana**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Executive Master

MBA em Gestão de Empresas Criativas