

Executive Master

MBA em Negócios Digitais

M B A N D



Executive Master MBA em Negócios Digitais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Licenciados e profissionais de gestão ou direção com experiência.

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

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. 24

07

Metodologia

pág. 34

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 42

09

Direção do curso

pág. 46

10

Impacto para a sua carreira

pág. 52

11

Benefícios para
a sua empresa

pág. 56

12

Certificação

pág. 60

01

Boas-vindas

As novas tecnologias vieram para ficar. As empresas sofreram uma mudança drástica na forma como se gerem, vendem os seus produtos e servem os seus clientes. Por conseguinte, a gestão empresarial atual deve concentrar-se no mundo digital, a fim de alcançar um crescimento notável para satisfazer as necessidades dos clientes. Neste sentido, o tradicional tem ocupado um lugar secundário, como evidenciado pelas mudanças nos padrões de consumo dos cidadãos, que estão cada vez mais a optar pelas compras online. Este é o momento ideal para os gestores e profissionais do setor se especializarem em tudo o que está relacionado com o Negócio Digital, a fim de obterem os maiores benefícios possíveis.



Executive Master MBA em Negócios Digitais. TECH Universidade Tecnológica



“

A digitalização das empresas requer gestores com competências específicas que saibam utilizar todas as ferramentas disponíveis neste campo e compreender a gestão empresarial de uma forma global”

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

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

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

Este programa foi concebido para reforçar as competências de gestão e liderança, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional. Após o programa, será capaz de tomar decisões globais com uma perspetiva inovadora e uma perspetiva internacional.





“

Um dos nossos principais objetivos é ajudá-lo a desenvolver as competências essenciais para gerir estrategicamente a atividade empresarial”

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

O Executive Master MBA em Negócios Digitais capacitará o aluno para:

01

Desenvolver estratégias para criar novas oportunidades nos mercados existentes

04

Ser capaz de desenvolver um plano de negócios

02

Compreender o ambiente competitivo em que a nossa empresa opera



03

Desenvolver estratégias para criar novos mercados e novos negócios

05

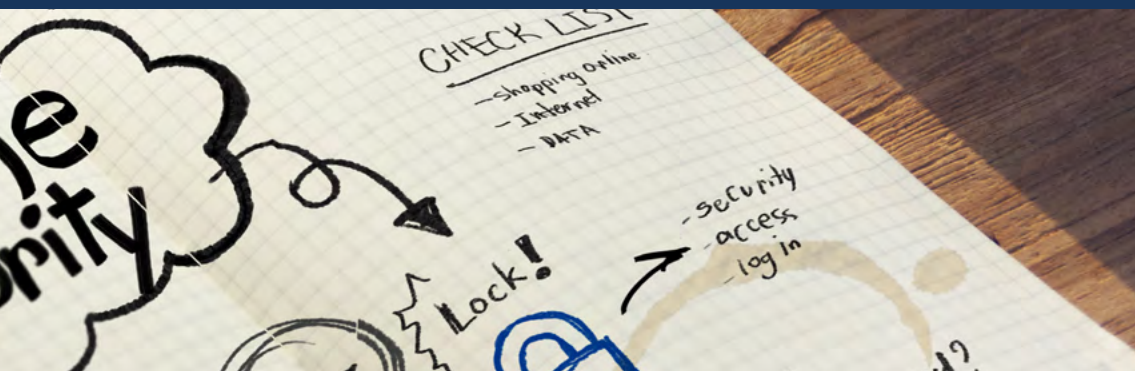
Conhecimento aprofundado das etapas de criação de uma empresa

06

Implementar estratégias de digitalização de uma empresa, tomando as decisões certas para alcançar os objetivos planeados

08

Liderar os processos de mudança na empresa com base na digitalização



09

Realizar estratégias de marketing digital e comércio eletrônico.

07

Analisar e identificar os fatores de dificuldades ou oportunidades em ambientes digitais

10

Aplicação de ferramentas SEO e SEM em campanhas de marketing

11

Utilizar as redes sociais para campanhas de marketing e publicidade

14

Conceção e planeamento de campanhas de reputação online

12

Identificar as alterações necessárias para a melhoria da gestão e da direção da empresa, com base na orientação da estratégia para o ambiente digital

13

Desenvolver as competências de gestão necessárias para liderar o crescimento e expansão de empresas que operam em ambientes digitais

15

Saber gerir ferramentas de monitorização online para compreender o alcance das campanhas de marketing

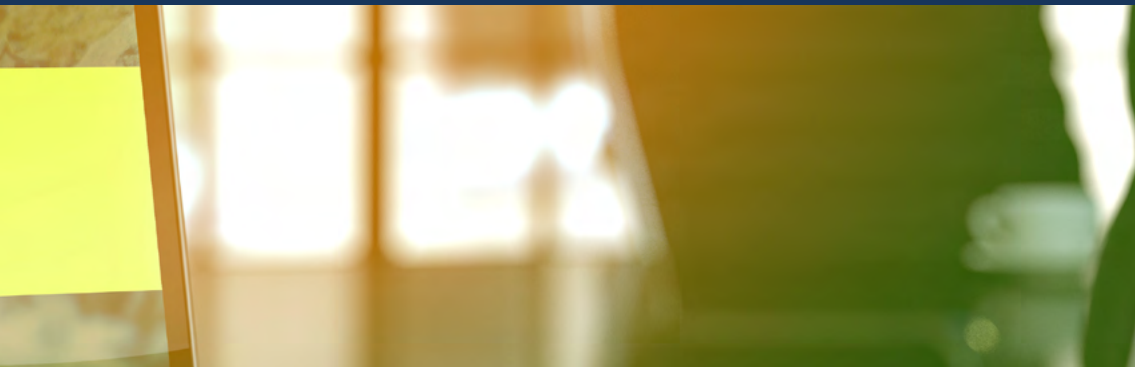


16

Poder realizar campanhas eficazes de email marketing

18

Ganhar uma compreensão profunda de como o comércio eletrónico é conduzido



19

Compreender e gerir as finanças internacionais

17

Compreender analíticas da web e as métricas digitais das ferramentas que se utilizam

20

Compreender as novas tendências no comércio eletrónico através de telemóveis

05

Competências

Depois de passar as avaliações do MBA em Negócios Digitais, o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma práxis de qualidade e atualizada com base na metodologia didática mais inovadora.



“

Este programa permitir-lhe-á adquirir as competências de que necessita para ser mais brilhante no seu trabalho diário”

01

Controlar e gerir as finanças das empresas

04

Aplicar técnicas inovadoras na conceção e gestão de projetos

02

Desenvolver a estratégia empresarial e competitiva da empresa



03

Aplicar os diferentes modelos de negócio com base na era digital

05

Implementação de técnicas de comércio eletrónico

06

Implementar campanhas de marketing digital para melhorar o posicionamento da empresa em relação aos seus concorrentes, bem como a sua reputação digital

08

Utilização das redes sociais como ferramenta indispensável para melhorar o conhecimento da empresa

09

Ter um amplo conhecimento dos consumidores

07

Pôr em prática as técnicas de marketing dos motores de busca

10

Realizar ações de análise da web para dirigir o marketing e a campanha de marketing e comunicação, de tal forma a tornar as áreas mais eficazes para satisfazer os objetivos da empresa



06

Estrutura e conteúdo

O Executive Master MBA em Negócios Digitais é um programa feito à medida, entregue 100% online. Desta forma, pode escolher a hora e o local que melhor se adapte à sua disponibilidade, horário e interesses.

Um programa que dura 12 meses e pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o seu sucesso como gestor de negócios digitais.





“

Na TECH colocamos todos os nossos recursos à sua disposição para que possa adquirir as competências e capacidades necessárias ao seu desenvolvimento profissional”

Plano de estudos

O Executive Master MBA em Negócios Digitais da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que o prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais, tanto no campo 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.

Ao longo de 1.500 horas de estudos, os alunos analisarão uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual, que serão de grande utilidade na sua prática diária. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este Executive Master MBA lida em profundidade com diferentes áreas da empresa e foi concebido para os gestores compreenderem a tecnológicas e sociais de uma perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano concebido para estudantes centrado no seu aperfeiçoamento profissional e que os prepara para alcançar a excelência no campo da gestão e gestão empresarial. Um programa que compreende as suas necessidades e as da sua empresa através de conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educacional e uma faculdade excepcional, que lhe dará as competências para resolver situações críticas de uma forma criativa e eficiente.

Este Executive Master MBA em Negócios Digitais tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em três grandes blocos:

Módulo 1	Ambiente competitivo e estratégia
Módulo 2	Inovação e empreendedorismo
Módulo 3	<i>Marketing digital e e-commerce</i>
Módulo 4	Marketing de motores de busca
Módulo 5	Comunicação digital e reputação online
Módulo 6	<i>Performance e Inbound Marketing</i>
Módulo 7	Analítica web e <i>Marketing Analytics</i>
Módulo 8	Inovação, e-logistics e tecnologia da cadeia de fornecimento
Módulo 9	<i>Mobile e-commerce</i>
Módulo 10	Novas tendências digitais



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master MBA em Negócios Digitais 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 dar o salto definitivo.

Módulo 1. Ambiente competitivo e estratégia

1.1. Ambiente económico global

- 1.1.1. Fundamentos da economia global
- 1.1.2. A globalização das empresas e dos mercados financeiros
- 1.1.3. Empreendedorismo e novos mercados

1.2. Finanças empresariais

- 1.2.1. Política financeira e crescimento
- 1.2.2. Métodos de avaliação de empresas
- 1.2.3. Estrutura de capital e alavancagem financeira

1.3. Análise económica das decisões

- 1.3.1. Controlo Orçamental
- 1.3.2. Análise da competência Análise comparativa
- 1.3.3. Tomada de decisões Investimento ou desinvestimento empresarial

1.4. Sistemas e tecnologias de informação nas empresas

- 1.4.1. Evolução do modelo de TI
- 1.4.2. Organização e Departamento de TI
- 1.4.3. As tecnologias da informação e o ambiente económico

1.5. Estratégia empresarial e estratégia tecnológica

- 1.5.1. Criação de valor para clientes e acionistas
- 1.5.2. Decisões estratégicas SI/TI
- 1.5.3. Estratégia empresarial vs. estratégia tecnológica e digital

1.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões

- 1.6.1. *Business Intelligence*
- 1.6.2. *Data Warehouse*
- 1.6.3. BSC ou Balanced Scorecard

1.7. Estratégia digital

- 1.7.1. A estratégia tecnológica e o seu impacto na inovação digital
- 1.7.2. Planeamento estratégico de TI
- 1.7.3. Estratégia e internet

1.8. Modelos de negócio baseados na Internet

- 1.8.1. Análise de empresas estabelecidas no setor da tecnologia
- 1.8.2. Sistemas de geração de modelos de negócio
- 1.8.3. Análises de modelos empresariais inovadores em setores tradicionais
- 1.8.4. Análises de modelos empresariais inovadores em Internet

1.9. Sistemas empresariais colaborativos baseados na Internet

- 1.9.1. Sistemas de gestão de clientes: CRM
- 1.9.2. Sistemas de gestão da cadeia de abastecimento
- 1.9.3. Sistemas de comércio eletrónico

1.10. Social Business

- 1.10.1. Visão estratégica da Web 2.0 e os seus desafios
- 1.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
- 1.10.3. Como rentabilizar a Web 2.0 e as redes sociais?
- 1.10.4. Mobilidade e negócios digitais

Módulo 2. Inovação e empreendedorismo**2.1. Design Thinking**

- 2.1.1. A Estratégia do Oceano Azul
- 2.1.2. Inovação colaborativa
- 2.1.3. Open innovation

2.2. Inteligência estratégica da inovação

- 2.2.1. Vigilância tecnológica
- 2.2.2. Prospecção tecnológica
- 2.2.3. *Coolhunting*

2.3. Entrepreneurship & Innovation

- 2.3.1. Estratégias para encontrar oportunidades de negócio
- 2.3.2. Avaliação da viabilidade do novo projeto
- 2.3.3. *Innovation management systems*
- 2.3.4. Competências soft de um empreendedor

2.4. Gestão de Startups

- 2.4.1. Introdução à gestão financeira em empresas recém criadas
- 2.4.2. Métricas financeiras para *Startups*
- 2.4.3. Planejamento financeiro: modelos de projeção e sua interpretação
- 2.4.4. Métodos de avaliação

2.5. O plano de negócios

- 2.5.1. *Business Plan* na era digital
- 2.5.2. Modelo CANVAS
- 2.5.3. *Value Proposition Model*
- 2.5.4. Conteúdo e apresentação

2.6. Project Management

- 2.6.1. *Agile Development*
- 2.6.2. *Lean Management* em *Startups*
- 2.6.3. *Project Tracking and Project Steering*

2.7. Fases de crescimento de uma empresa recém criada

- 2.7.1. Fase de *Seed*
- 2.7.2. Fase de *Startup*
- 2.7.3. Fase de *Growth*
- 2.7.4. Fase de Consolidação

2.8. Financiamento de Startups

- 2.8.1. Financiamento bancário
- 2.8.2. Subvenções
- 2.8.3. Capital de semente e aceleradoras Business Angels
- 2.8.4. Venture Capital IPO
- 2.8.5. *Public to Private Partnership*

2.9. Lean Management

- 2.9.1. Princípios básicos de *Lean Management*
- 2.9.2. Grupos de melhoria e de resolução de problemas
- 2.9.3. Novas formas de gestão de manutenção e da qualidade

Módulo 3. Marketing digital e e-commerce**3.1. Digital e-Commerce Management**

- 3.1.1. Novos modelos de negócio e-commerce
- 3.1.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de e-business
- 3.1.3. Estrutura tecnológica em e-commerce

3.2. Operações e logística no comércio eletrônico

- 3.2.1. Como gerir o *Fulfillment*?
- 3.2.2. Gestão digital do ponto de venda
- 3.2.3. *Contact Center Management*
- 3.2.4. Automatização na gestão e monitorização de processos

3.3. Implementar técnicas de e-Commerce

- 3.3.1. Meios de comunicação social e integração no plano do comércio eletrônico
- 3.3.2. Estratégia *multichannel*
- 3.3.3. Personalização de Dashboards

3.4. Digital pricing

- 3.4.1. Métodos de pagamento e gateways online
- 3.4.2. Promoções eletrônicas
- 3.4.3. Temporização digital de preços
- 3.4.4. *e-Auctions*

3.5. Do e-Commerce ao m-Commerce e s-Commerce

- 3.5.1. Modelos de negócio dos *e-marketplaces*
- 3.5.2. *S-Commerce* e experiência de marca
- 3.5.3. Compras através de dispositivos móveis

3.6. Customer intelligence: do e-CRM ao s-CRM

- 3.6.1. Integração do consumidor na cadeia de valor
- 3.6.2. Técnicas de investigação e de fidelidade online
- 3.6.3. Planejamento de uma estratégia de gestão da relação com o cliente

3.7. Trade Marketing Digital

- 3.7.1. *Cross merchandising*
- 3.7.2. Conceção e gestão de campanhas em Facebook Ads
- 3.7.3. Conceção e gestão de campanhas em Google Adwords

3.8. Marketing online para e-Commerce

- 3.8.1. *Inbound Marketing*
- 3.8.2. Display e Compra Programática
- 3.8.3. Plano de comunicação

Módulo 4. Marketing de motores de busca

4.1. Como funcionam os motores de busca

- 4.1.1. Indicadores e índices
- 4.1.2. Algoritmos
- 4.1.3. SEO e branding corporativo

4.2. Análise SEO

- 4.2.1. Determinação dos KPIs
- 4.2.2. Geração de scripts e alertas
- 4.2.3. Otimização de imagens, vídeos e outros elementos
- 4.2.4. *Link Building*

4.3. SEO técnico

- 4.3.1. *Web Performance Optimization*
- 4.3.2. *Real Time* e conteúdo
- 4.3.3. Etiquetas e Headers relevantes
- 4.3.4. Técnicas avançadas de WPO

4.4. SEO e e-Commerce

- 4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
- 4.4.2. *Google Search Console*
- 4.4.3. *Social Proof* e viralização
- 4.4.4. Navegação e indexabilidade

4.5. *Keyword hunting* para SEM

- 4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
- 4.5.2. *Google Suggest*
- 4.5.3. *Insights for Search*
- 4.5.4. *Google Trends*

4.6. SEM e Google Ads

- 4.6.1. Google Shopping
- 4.6.2. Google Display Network
- 4.6.3. Google Ads Mobile
- 4.6.4. Publicidade no YouTube

4.7. Facebook Ads

- 4.7.1. Anúncios de PPC/PPF (pay per fan)
- 4.7.2. Criação de Facebook Ads
- 4.7.3. Facebook Power Editor
- 4.7.4. Otimização de campanhas

4.8. Estratégia e medição em SEM

- 4.8.1. *Quality score*
- 4.8.2. Site links
- 4.8.3. KPI's
- 4.8.4. Impressões, cliques, conversões. Revenue, ROI, CPA

Módulo 5. Comunicação digital e reputação online

5.1. Web 2.0 ou web social

- 5.1.1. A organização na era da conversação
- 5.1.2. A web 2.0 são pessoas
- 5.1.3. Ambiente digital e novos formatos de comunicação

5.2. Comunicação e reputação digital

- 5.2.1. Relatório de reputação online
- 5.2.2. Netiqueta e melhores práticas em redes sociais
- 5.2.3. *Branding e Networking 2.0*

5.3. Conceção e planeamento de um plano de reputação online

- 5.3.1. Plano de reputação da marca
- 5.3.2. Métricas gerais, ROI e CRM social
- 5.3.3. Crise online e SEO reputacional

5.4. Plataformas generalistas, profissionais e de microblogging

- 5.4.1. Facebook
- 5.4.2. LinkedIn
- 5.4.3. Twitter

5.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade

- 5.5.1. Youtube
- 5.5.2. Instagram
- 5.5.3. Flickr
- 5.5.4. Vimeo
- 5.5.5. Pinterest

5.6. Estratégia de conteúdo e storytelling

- 5.6.1. Blogging empresarial
- 5.6.2. Estratégia de marketing de conteúdos
- 5.6.3. Criação de um plano de conteúdos
- 5.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdos

5.7. Estratégias em Social Media

- 5.7.1. Relações públicas empresariais e social media
- 5.7.2. Definição da estratégia a seguir em cada meio
- 5.7.3. Análise e avaliação dos resultados

5.8. *Community Management*

- 5.8.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *Community manager*
- 5.8.2. *Gestora de Social Media*
- 5.8.3. *Social Media Strategist*

5.9. *Social Media plan*

- 5.9.1. Elaboração de um plano de social media
- 5.9.2. Calendário, orçamento, expectativas e monitorização
- 5.9.3. Protocolo de contingência em caso de crise

5.10. Ferramentas de monitorização online

- 5.10.1. Ferramentas de gestão e aplicações informáticas
- 5.10.2. Ferramentas de monitorização e inquérito

Módulo 6. Performance e Inbound Marketing**6.1. Permission Marketing**

- 6.1.1. Como obter a permissão do utilizador?
- 6.1.2. Personalização da mensagem
- 6.1.3. Confirmação de email ou Double Opt-in

6.2. Estratégia e técnicas de desempenho

- 6.2.1. *Performance Marketing*: resultados
- 6.2.2. Mix de meios digitais
- 6.2.3. A importância do Funil

6.3. Desenvolvimento de campanhas de afiliação

- 6.3.1. Agências e programas de afiliação
- 6.3.2. *Post View*
- 6.3.3. Conceção de programas de afiliação
- 6.3.4. Display e otimização da campanha

6.4. Lançamento de um programa de afiliação

- 6.4.1. Redes de afiliação e afiliação direta
- 6.4.2. Monitorização e análise dos resultados
- 6.4.3. Controlo de fraudes

6.5. Desenvolvimento de campanhas de emailing

- 6.5.1. Listas de subscritores, leads e clientes
- 6.5.2. Ferramentas e recursos de email marketing
- 6.5.3. Redação online para campanhas de email marketing

6.6. Métricas em email marketing

- 6.6.1. Métricas de listas
- 6.6.2. Métricas de envios de newsletter
- 6.6.3. Métricas de conversão

6.7. Inbound marketing

- 6.7.1. *Inbound marketing* efetivo
- 6.7.2. Benefícios *Inbound Marketing*
- 6.7.3. Medir o sucesso do *Inbound Marketing*

6.8. Investigação do target

- 6.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer Personas*
- 6.8.2. *Customer Journey Mapping*
- 6.8.3. *Content strategy*

6.9. Otimização de conteúdos

- 6.9.1. Otimização de conteúdo para motores de busca
- 6.9.2. Geração de conteúdos
- 6.9.3. Dinamização de conteúdos

6.10. Conversão

- 6.10.1. *Lead Capture & CRO*
- 6.10.2. *Lead Nurturing & Marketing automation*

Módulo 7. Análítica web e Marketing Analytics Analytics**7.1. Análise Web**

- 7.1.1. Fundamentos de análise da web
- 7.1.2. Meios clássicos vs. Meios digitais
- 7.1.3. Metodologia base do analista web

7.2. Google Analytics

- 7.2.1. Configuração de conta
- 7.2.2. *Tracking API Javascript*
- 7.2.3. Relatórios e segmentos personalizados

7.3. Análise qualitativa

- 7.3.1. Técnicas de investigação aplicadas na análise da web
- 7.3.2. *Customer journey*
- 7.3.3. *Purchase funnel*

7.4. Métricas digitais

- 7.4.1. Métricas básicas
- 7.4.2. Ratios
- 7.4.3. Estabelecimento de objetivos e KPIs

7.5. Áreas de análise de uma estratégia

- 7.5.1. Aquisição de tráfego
- 7.5.2. Ativação
- 7.5.3. Conversão
- 7.5.4. Fidelização

7.6. Data Science & Big Data

- 7.6.1. *Business Intelligence*
- 7.6.2. Metodologia e análise de grandes volumes de dados
- 7.6.3. Extração, tratamento e carregamento de dados

7.7. Visualização de dados

- 7.7.1. Visualização e interpretação de *Dashboards*
- 7.7.2. Transformar dados em valor
- 7.7.3. Integração de fontes
- 7.7.4. Relatórios

7.8. Ferramentas de analítica web

- 7.8.1. Base tecnológica de uma ferramenta AW
- 7.8.2. Logs e Tags
- 7.8.3. Rotulagem básica e adhoc

Módulo 8. Inovação, e-logistics e tecnologia da cadeia de fornecimento

8.1. Engenharia de processos e engenharia de produtos

- 8.1.1. Estratégias de inovação
- 8.1.2. Inovação aberta
- 8.1.3. Organização e cultura inovadora
- 8.1.4. Equipamento multifuncional

8.2. Lançamento e industrialização de novos produtos

- 8.2.1. Elaboração de novos produtos
- 8.2.2. Lean Design
- 8.2.3. Industrialização de novos produtos
- 8.2.4. Fabrico e montagem

8.3. *Digital e-commerce management*

- 8.3.1. Novos modelos de negócio e-commerce
- 8.3.2. Planeamento e desenvolvimento de um plano estratégico de e-business
- 8.3.3. Estrutura tecnológica em e-commerce

8.4. Operações e logística no comércio eletrónico

- 8.4.1. Gestão digital do ponto de venda
- 8.4.2. Contact center management
- 8.4.3. Automatização na gestão e monitorização de processos

8.5. *E-Logistics* B2C e B2B

- 8.5.1. *e-Logistics*
- 8.5.2. O B2C: *e-Fullfilment*, o último quilómetro
- 8.5.3. O B2B: *e-Procurement. Market Places*

8.6. *Digital pricing*

- 8.6.1. Métodos de pagamento e gateways online
- 8.6.2. Promoções eletrónicas
- 8.6.3. Temporização digital de preços
- 8.6.4. *e-Auctions*

8.7. O armazém no e-Commerce

- 8.7.1. Peculiaridades do armazém no e-Commerce
- 8.7.2. Conceção e planeamento do armazém
- 8.7.3. Infraestruturas Equipamentos fixos e móveis
- 8.7.4. Zoneamento e localizações

8.8. O design da loja online

- 8.8.1. Design e usabilidade
- 8.8.2. Funcionalidades mais comuns
- 8.8.3. Alternativas tecnológicas

8.9. *Supply chain management* e tendências do futuro

- 8.9.1. Futuro do e-Business
- 8.9.2. A realidade de hoje e o futuro do e-Commerce
- 8.9.3. Modelos Operativos SC para Empresas Globais

Módulo 9. Mobile e-commerce**9.1. Mobile marketing**

- 9.1.1. Novos hábitos de consumo e mobilidade
- 9.1.2. Modelo SoLoMo
- 9.1.3. Os 4 Ps do Marketing Mix em mobilidade

9.2. Tecnologia mobile

- 9.2.1. Operadoras móveis
- 9.2.2. Dispositivos móveis e sistemas operativos
- 9.2.3. Aplicações móveis e *Web Apps*
- 9.2.4. Sensores e integração com o mundo físico

9.3. Tendências em mobile Marketing

- 9.3.1. *Mobile Publishing*
- 9.3.2. *Advergaming e Gamification*
- 9.3.3. Geolocalização *Mobile*
- 9.3.4. A realidade aumentada

9.4. Comportamento dos utilizadores mobile

- 9.4.1. Novos hábitos de pesquisa em dispositivos móveis
- 9.4.2. Multiscreen
- 9.4.3. O telemóvel como motor de compras
- 9.4.4. ASO, atração e retenção de utilizadores mobile

9.5. Interface do utilizador e experiência de compra

- 9.5.1. Regras e plataformas de *m-Commerce*
- 9.5.2. *Omnichannel*
- 9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
- 9.5.4. Gap entre consumidor e anunciante
- 9.5.5. Gestores de conteúdos em *Mobile Commerce*

9.6. Apps e compras

- 9.6.1. Desenvolver Apps de *Mobile Commerce*
- 9.6.2. *App store*
- 9.6.3. App Marketing para fidelização de clientes
- 9.6.4. App Marketing para comércio eletrónico

9.7. Pagamentos mobile

- 9.7.1. Cadeia de valor e modelos comerciais dos métodos de pagamento mobile
- 9.7.2. Chaves para melhorar o UX em pagamentos mobile
- 9.7.3. Estratégias para o posicionamento no mercado dos pagamentos mobile
- 9.7.4. Gestão de fraudes

9.8. Analíticas mobile

- 9.8.1. Metodologias de medição e análise mobile
- 9.8.2. Métricas em Mobile: principais KPIs
- 9.8.3. Análise de rentabilidade
- 9.8.4. *Mobile Analytics*

9.9. Mobile e-Commerce

- 9.9.1. Serviços
- 9.9.2. Aplicações
- 9.9.3. *Mobile social shopping*

9.10. Mobile Social Media Applications

- 9.10.1. Integração mobile nas redes sociais
- 9.10.2. Mobilidade, relacionamento, ubiquidade e publicidade
- 9.10.3. Facebook *Places*
- 9.10.4. Geolocalização, diretórios mobile, recomendações online e compras

Módulo 10. Novas tendências digitais**10.1. Internet das coisas**

- 10.1.1. Visões e desafios
- 10.1.2. Tecnologias-chave
- 10.1.3. Projetos pioneiros

10.2. Gamificação

- 10.2.1. Técnicas de gamificação empresarial
- 10.2.2. *Gamification design framework*
- 10.2.3. Mecanismos de funcionamento e motivação
- 10.2.4. Benefícios e retorno do investimento

10.3. Big Data

- 10.3.1. Aplicação sectorial
- 10.3.2. Modelos de negócio
- 10.3.3. Novas profissões

10.4. Inteligência artificial

- 10.4.1. Aspectos Metodológicos em Inteligência Artificial
- 10.4.2. Busca Heurística
- 10.4.3. Métodos de Inferência em Regras
- 10.4.4. Redes semânticas

10.5. Robótica

- 10.5.1. Morfologia do robô
- 10.5.2. Ferramentas matemáticas para a localização espacial
- 10.5.3. Controlo cinemático
- 10.5.4. Critérios para a implementação de um robô industrial

10.6. Modelação e simulação

- 10.6.1. Modelação DEVS
- 10.6.2. Modelação de entradas aleatórias
- 10.6.3. Geração de entradas aleatórias
- 10.6.4. Concepção de experiências e otimização

10.7. Implementação de criptografia em projetos tecnológicos

- 10.7.1. Assinatura eletrónica
- 10.7.2. Certificado digital
- 10.7.3. Encriptação de dados
- 10.7.4. Aplicações práticas de criptografia

10.8. Outras tendências

- 10.8.1. Impressoras 3D
- 10.8.2. Drones
- 10.8.3. Visão artificial
- 10.8.4. A realidade aumentada

07

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a **New England Journal of Medicine**.





“

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

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

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

“

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



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



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

Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



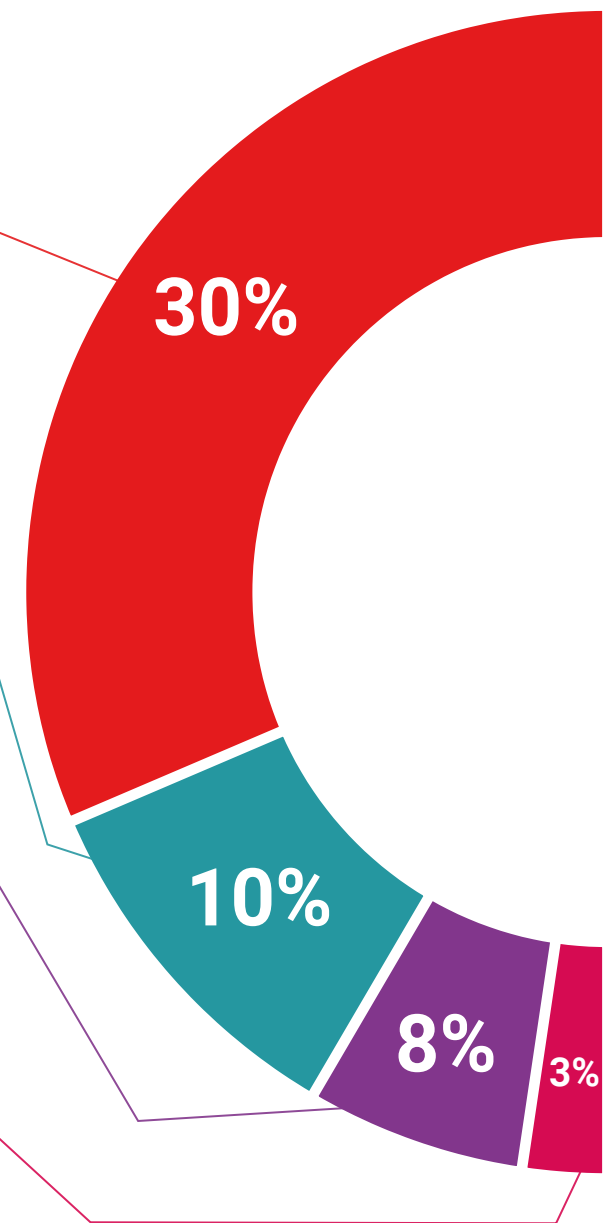
Práticas de aptidões e competências

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



Leituras complementares

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





Case studies

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



08

O perfil dos nossos alunos

O Executive Master MBA em Negócios Digitais é um programa destinado a profissionais que querem atualizar os seus conhecimentos, descobrir novas formas de liderar e gerir negócios digitais, e fazer avançar a sua carreira profissional. Destina-se especialmente a profissionais e gestores experientes que desejam adquirir as competências de gestão empresarial necessárias para gerar novas oportunidades na era digital.





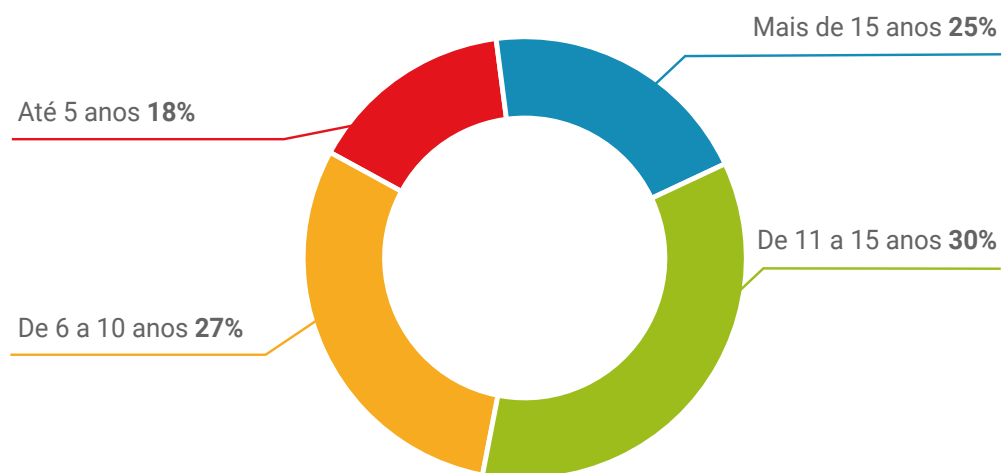
“

Se quer alargar os seus conhecimentos na área digital e procura uma melhoria interessante na sua carreira enquanto continua a trabalhar, este é o programa para si”

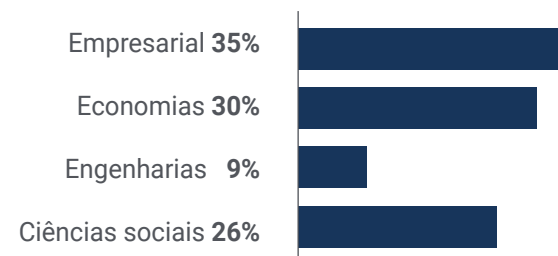
Idade média

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

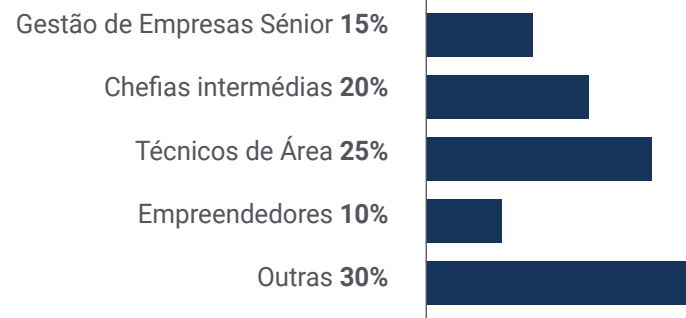
Anos de experiência



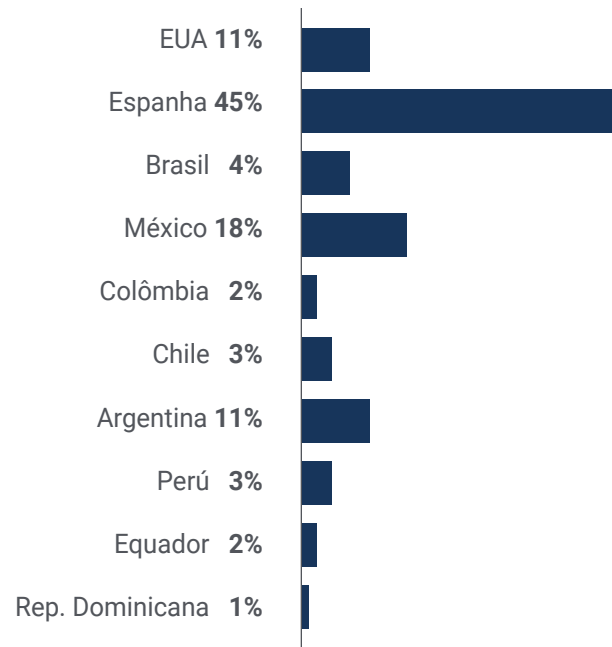
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Susana Sánchez

Diretora e-Business

"O MBA em Negócios Digitais tem a grande vantagem de ter a melhor equipa docente do momento, que concebeu um programa único que inclui a informação mais completa e atualizada do momento. Eu recomendaria definitivamente este programa a qualquer pessoa que deseje especializar-se neste campo"

09

Direção do curso

Este programa foi concebido por uma equipa de especialistas na área que, conscientes da necessidade de especialização de profissionais na área dos negócios digitais, criaram um MBA que será essencial para melhorar a competitividade dos profissionais do setor. Sem dúvida, a melhor equipa de professores de hoje, com uma vasta experiência tanto no ensino como nos negócios. Um corpo docente único que ajudará os estudantes a atingir os seus objetivos académicos.



“

*Um corpo docente de alta-qualidade
para ensinar profissionais que procuram
a excelência acadêmica”*

Diretor Convidado Internacional

O Dr. Ben Marder é uma figura destacada no campo do **Marketing**, reconhecido internacionalmente pelas suas profundas contribuições para a compreensão do **comportamento do consumidor na era digital**. Tem demonstrado uma **liderança** excepcional, consolidando sua reputação como um **académico** de calibre incomparável.

Como parte da sua **agenda de investigação**, Ben Marder explora o **comportamento social e comercial** do consumidor no contexto das **tecnologias digitais**, especialmente as **redes sociais**. O seu prolífico registo de **publicações** conta com mais de 40 artigos aceites por **revistas de renome**, como o **Journal of Retailing**, **European Journal of Marketing** e **Journal of Business Research**. Além disso, o seu trabalho pioneiro sobre o “**Chilling Effect**” das **redes sociais** atraiu **atenção internacional**, com aparições em meios prestigiados como **The New York Times**, **Harvard Business Review** e a **BBC**. Este estudo revelou como o uso das **redes sociais** influencia o comportamento na vida real, uma revelação que ressoou tanto no âmbito académico quanto no público.

Além dos seus esforços de **investigação**, Ben Marder destacou-se como **Coordenador de Programas sobre Introdução à Investigação Empresarial**, desempenhando um papel fundamental na configuração do **panorama educativo**. Também atuou como **Diretor de Programas de Pesquisa em Marketing**, supervisionando **projetos de investigação** e promovendo o **bem-estar estudantil e académico**, tudo isso na Faculdade de Gestão da Universidade de Edimburgo.

Finalmente, o Dr. Ben Marder foi reconhecido pelas suas inovadoras **apresentações de investigação**, incluindo a sua exploração das **consequências não intencionais das tecnologias de Marketing**. Através do seu extenso trabalho, continua a iluminar as complexidades do **Marketing Digital** e a deixar uma marca indelével tanto no meio académico quanto na indústria.



Dr. Marder, Ben

- ♦ Diretor dos Programas de Investigação de Marketing, Universidade de Edimburgo, Reino Unido
- ♦ Coordenador do Programa de Introdução aos Programas de Investigação Empresarial na Edinburgh Business School, Universidade de Edimburgo
- ♦ Aparições nos media no The New York Times, Harvard Business Review e BBC
- ♦ Publicações no Journal of Retailing, European Journal of Marketing e Journal of Business Research
- ♦ Doutoramento em Marketing e Sistemas de Informação pela Universidade de Bath
- ♦ Mestrado em Marketing pela Universidade de Leicester
- ♦ Licenciatura em Economia Financeira pela Universidade de Leicester

“

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

Direção



Sr. José Galán

- ♦ Especialista em Marketing Online, Ecommerce, SEO, SEM, Blogging
- ♦ Diretor de E-Marketing na TECH-Universidade Tecnológica
- ♦ Blogger em "Cosas sobre Marketing Online" www.josegalan.es
- ♦ Diretor de Marketing Corporativo na Médica Panamericana
- ♦ Licenciado em Publicidade e Relações públicas Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Programa Europeu Superior de Marketing Digital ESIC



10

Impacto para a sua carreira

A TECH está 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. E connosco, tem uma grande hipótese de o conseguir. Por conseguinte, não deve perder a oportunidade que a TECH oferece de se especializar com a melhor equipa nesta área de grande procura profissional.





“

O nosso objetivo é criar uma mudança positiva na sua carreira e estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo”

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

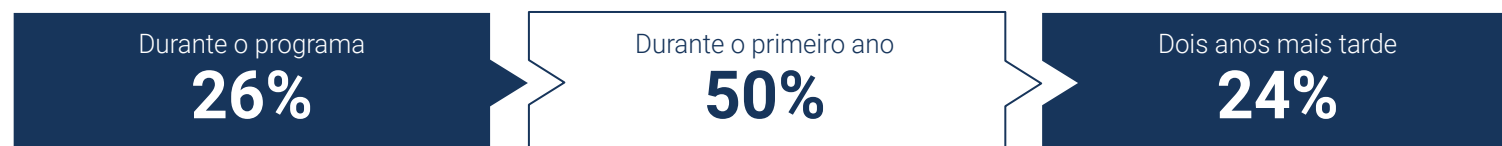
O Executive Master MBA em Negócios Digitais da TECH é um programa intensivo que o prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais a nível de tanto no campo nacional como internacional. O seu principal objetivo é promover crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

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

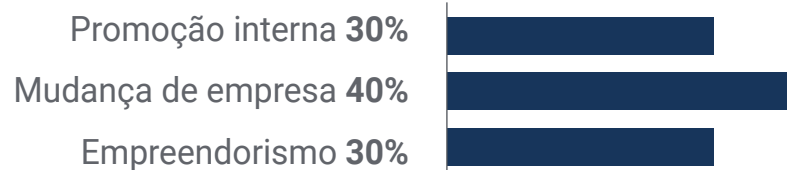
Obtenha uma melhoria do trabalho num curto espaço de tempo após a conclusão deste programa.

Se quiser fazer uma mudança positiva na sua profissão, o Executive Master MBA em Negócios Digitais ajudá-lo-á a consegui-la.

Momento de mudança

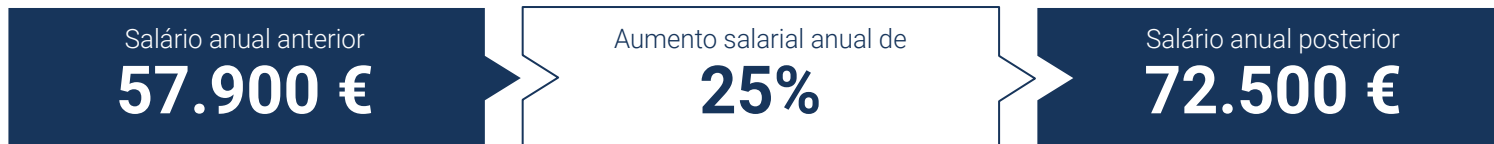


Tipo de mudança



Melhoria salarial

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 Executive Master MBA em Negócios Digitais contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da especialização de líderes de alto nível. Por conseguinte, participar neste programa académico é uma oportunidade única de adquirir as competências necessárias para desenvolver na gestão de topo, mas também de construir uma poderosa rede de contactos na qual encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Depois de estudar na TECH poderá trazer para a empresa uma nova visão de negócio com a qual poderá realizar mudanças relevantes na organização”

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

Trazer para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes 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

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

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

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

05

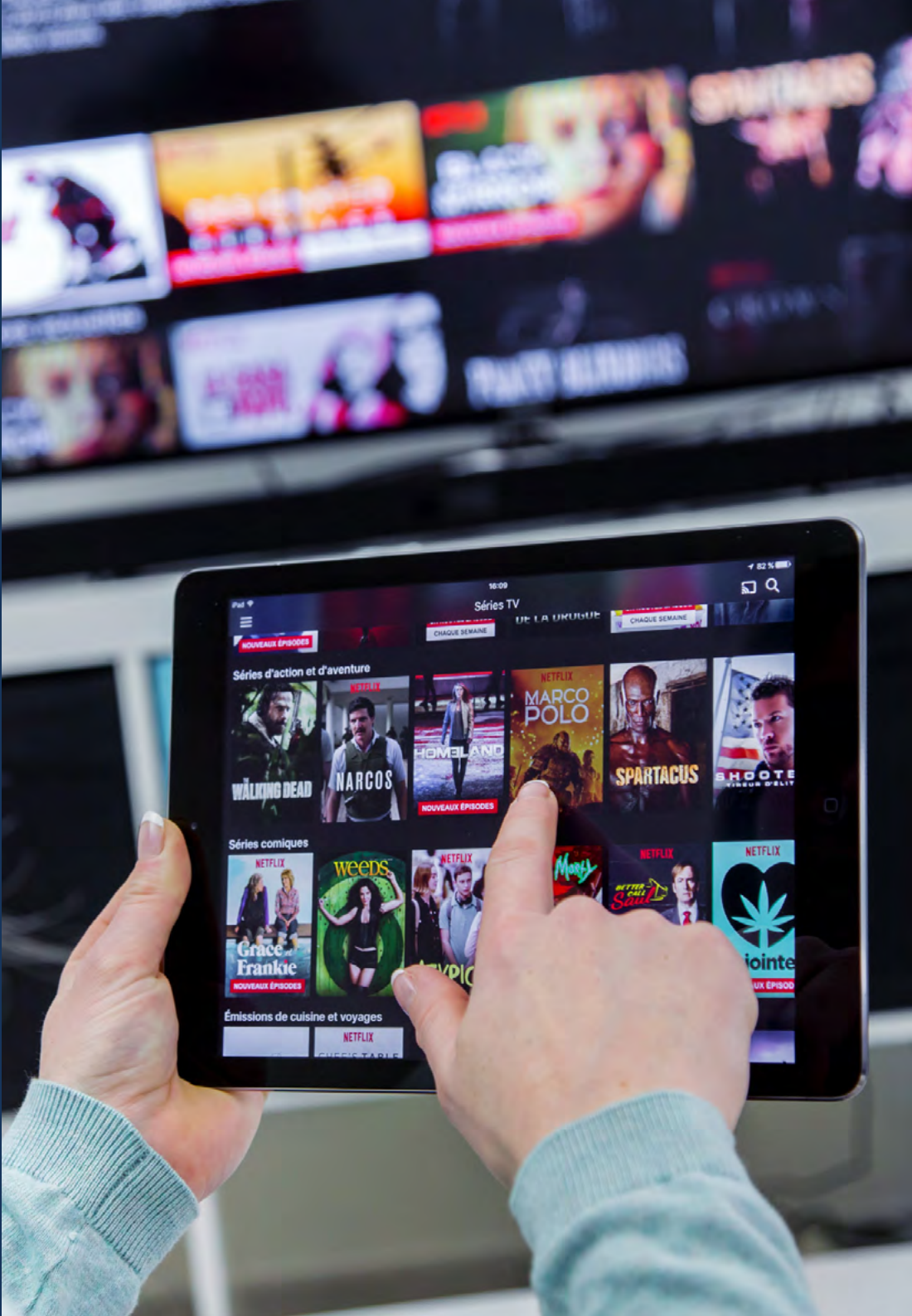
Desenvolvimento de projetos próprios

Para poder trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos na área de I&D ou Desenvolvimento de Negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

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



12

Certificação

Executive Master MBA em Negócios Digitais 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 MBA em Negócios Digitais** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

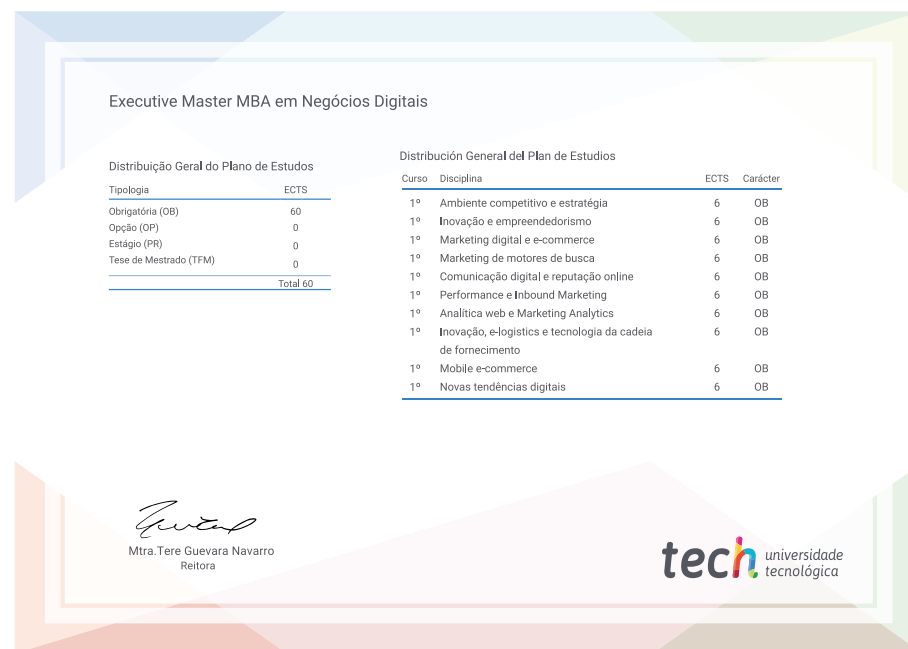
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio*, com aviso de receção, o certificado correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O diploma 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.

Título: **Executive Master MBA em Negócios Digitais**

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 Negócios Digitais

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

Executive Master

MBA em Negócios Digitais



1	Commissions and bonuses	1-Pe
2	Personnel Total	1-Pe
3	14678 Web Research	2-Ma
4	10567 Independent Research	2-Ma
5	96643 Firm Research Fees	2-Ma
6	17695 Market Research Total	3-Comm
7	94015 Promotions	3-Comm
8	75321 Branding	3-Comm
9	95235 Web Advertising	3-Comm
10	32564 Direct Marketing	3-Comm
11	68508 Newspaper Advertising	3-Comm
12	06342 Communication Total	4-Other
13	89063 Travel	4-Other
14	07421 Phone	4-Other
15	93012 Computer/Office Equipment	4-Other
16	24601 Postage	1-Personal
17	35151 Other Total	1-Personal 0
18	10460 Benefits	1-Personal 1
19	35246 Payroll taxes	1-Personal 0
20	76745 Salaries	1-Personal 1
21	76023 Commissions and bonuses	1-Personal 2
22	23674 Personnel Total	2-Marketing 1
23	14678 Web Research	2-Marketing 1
24	10567 Independent Research	