

Programa de Desenvolvimento Diretivo

Marketing e Estratégia

Empresarial e Institucional





Programa de Desenvolvimento Diretivo Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 30 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Certificados superiores e profissionais com experiência comprovada no setor.

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-gestao/programa-desenvolvimento-diretivo/pdd-marketing-estrategia-empresarial-institucional

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

Estrutura e conteúdo

pág. 18

06

Metodologia

pág. 28

07

O perfil dos nossos alunos

pág. 36

08

Direção do curso

pág. 40

09

Impacto para a sua carreira

pág. 44

10

Benefícios para a sua empresa

pág. 48

11

Certificação

pág. 52

01

Boas-vindas

O desenvolvimento de qualquer estratégia empresarial de sucesso requer um trabalho especializado na área do marketing. Esta área de trabalho está organizada em torno de um conjunto completo de ferramentas de marketing que só os profissionais mais completos conseguem dominar.

Através deste completíssimo Programa de Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional poderá incluir todos os conhecimentos e competências de um especialista nesta área transcendental de desenvolvimento: um domínio de precisão que só os melhores podem oferecer.



Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional
TECH Universidade Tecnológica



“

O domínio das estratégias mais avançadas em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional numa capacitação de alto impacto para a sua carreira profissional"

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 que obedece aos mais elevados padrões acadêmicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

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

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

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

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



Máxima exigência

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

95%

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

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

+100 mil

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

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

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

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



Análises

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



Excelência académica

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



Economia de escala

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



Aprenda com os melhores

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

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

Porquê o nosso programa?

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

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



“

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

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

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

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

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

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

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

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

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

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

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

04

Assumir novas responsabilidades

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

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

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

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

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

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

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

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

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

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

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

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

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

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

04 Objetivos

Este programa foi concebido para impulsionar as suas competências de Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional. Após o curso será capaz de tomar decisões globais com uma perspetiva inovadora e uma perspetiva internacional.



“

Experiência internacional, compromisso ético e perspicácia empresarial são algumas das características mais procuradas pelos dirigentes na era digital”

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

Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional o aluno para:

01

Percorrer as características e peculiaridades da estratégia digital, estratégia empresarial e estratégia tecnológica

04

Estudar o funcionamento do Marketing Mix

02

Rever todos os aspetos necessários da gestão estratégica de recursos humanos



03

Estudar os fundamentos do Marketing

05

Saber como levar a cabo estratégias de comercialização em Marketing Digital

06

Aprender o que é e como funciona o *Inbound Marketing*

08

Saber como gerir os grupos de Marketing e o *Social Business*

09

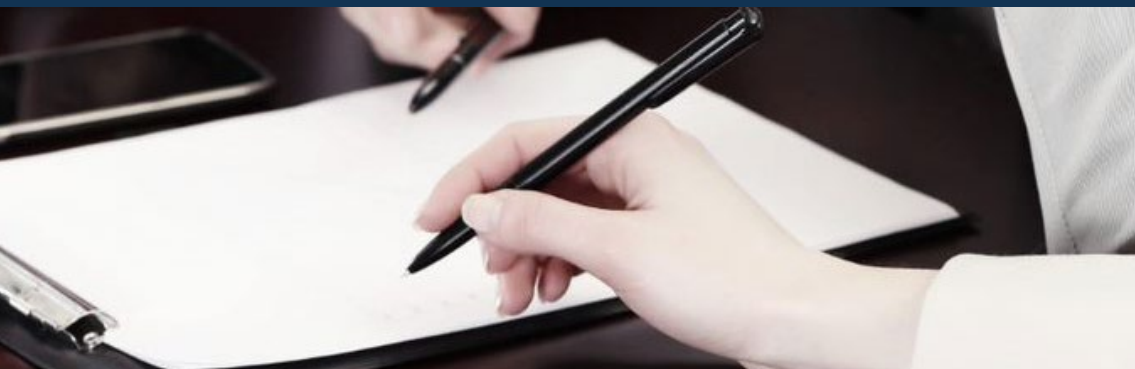
Dominar os fundamentos da comunicação interna

07

Desenvolvimento do Plano de Marketing

10

Desenvolver estratégias de comunicação institucional



05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional da TECH Universidade Tecnológica é um curso feito à medida, ministrado num formato 100% online, para que possa escolher a hora e o local que melhor se adapte à sua disponibilidade, horário e interesses.

Um programa que decorre durante 6 meses e que pretende ser uma experiência única e estimulante que forneça as bases para o seu sucesso.



“

O que estuda é muito importante. As aptidões e competências que adquire são o fundamental. Não encontrará um plano de estudos mais completo do que este"

Plano de estudos

Este Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional foi criado para permitir aos alunos adquirir os conhecimentos necessários neste domínio, de forma intensiva e eficiente. Uma oportunidade para melhorar a sua capacitação, com a conveniência do método online mais eficaz no mercado do ensino. A TECH dá-lhe a oportunidade de incorporar conhecimentos nesta área na sua capacitação académica. Além disso, com este programa, terá acesso a uma forma de trabalho concebida para ser totalmente compatível com a sua vida profissional ou pessoal.

Se quer superar-se a si próprio, alcançar uma mudança positiva a nível profissional, interagir com o melhor através de um interessante universo online e pertencer à nova geração de profissionais, capazes de desenvolver o seu trabalho em qualquer parte do mundo, este pode ser o seu caminho.

Ao longo desta capacitação, o aluno analisará uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual e em equipa. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais.

O conteúdo do Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional foi concebido para promover o desenvolvimento de competências que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em contextos incertos.

Este programa foi criado para permitir aos alunos adquirirem os conhecimentos necessários neste domínio, de forma intensiva e eficiente. Uma oportunidade para melhorar a sua capacitação, com a conveniência do método online mais eficaz no mercado do ensino. A TECH dá-lhe a oportunidade de incorporar conhecimentos nesta área na sua capacitação académica. Além disso, com este programa, terá acesso a uma forma de trabalho concebida para ser totalmente compatível com a sua vida profissional ou pessoal.

Este programa decorre ao longo de 6 meses e está dividido em 6 módulos:

Módulo 1

Management e estratégia das empresas e organizações

Módulo 2

Marketing estratégico vs. marketing operacional

Módulo 3

Comunicação Corporativa

Módulo 4

Organizações: gestão de crises e responsabilidade social

Módulo 5

Marketing e comunicação institucional

Módulo 6

Liderança e comunicação pessoal



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

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

Módulo 1. Management e estratégia das empresas e organizações

1.1. General Management

- 1.1.1. Conceito de *General Management*
- 1.1.2. A ação do Diretor Geral
- 1.1.3. O Diretor Geral e as suas funções
- 1.1.4. Transformação do trabalho da Direção

1.2. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 1.2.1. Conceito de desenvolvimento de gestão
- 1.2.2. Conceito de liderança
- 1.2.3. Teorias de liderança
- 1.2.4. Estilos de liderança
- 1.2.5. Inteligência na liderança
- 1.2.6. Os desafios da liderança nos dias de hoje

1.3. Planeamento e estratégia

- 1.3.1. O plano numa estratégia
- 1.3.2. Posicionamento estratégico
- 1.3.3. Estratégia nas empresas
- 1.3.4. Planificação

1.4. Direção estratégica

- 1.4.1. O conceito de Estratégia
- 1.4.2. O processo de gestão estratégica
- 1.4.3. Abordagens à gestão estratégica

1.5. Estratégia digital

- 1.5.1. A estratégia tecnológica e o seu impacto na inovação digital
- 1.5.2. Planeamento estratégico de TI
- 1.5.3. Estratégia e internet

1.6. Estratégia empresarial

- 1.6.1. Conceito de Estratégia Empresarial
- 1.6.2. Tipos de Estratégias Empresariais
- 1.6.3. Ferramentas de definição de Estratégias Empresariais

1.7. Estratégia empresarial e estratégia tecnológica

- 1.7.1. Criação de valor para clientes e acionistas
- 1.7.2. Decisões estratégicas SI/TI
- 1.7.3. Estratégia empresarial vs. estratégia tecnológica e digital

1.8. Implementação da estratégia

- 1.8.1. Sistemas indicadores e abordagem do processo
- 1.8.2. Mapa estratégico
- 1.8.3. Diferenciação e alinhamento

1.9. Gestão Financeira

- 1.9.1. Oportunidades e ameaças no setor
- 1.9.2. O conceito de valor e cadeia de valor
- 1.9.3. Análise de cenários, tomada de decisões e planos de contingência

1.10. Direção Estratégica de Recursos Humanos

- 1.10.1. Conceção, recrutamento e seleção de empregos
- 1.10.2. Capacitação e desenvolvimento de carreira
- 1.10.3. A abordagem estratégica da gestão de pessoas
- 1.10.4. Conceção e implementação de políticas e práticas de pessoal

Módulo 2. Marketing estratégico vs. marketing operacional**2.1. Fundamentos de Marketing**

- 2.1.1. Conceito de Marketing
- 2.1.2. Elementos básicas do Marketing
- 2.1.3. Atividades de marketing na empresa

2.2. Marketing *management*

- 2.2.1. Conceito de Marketing *Management*
- 2.2.2. Novas realidades do Marketing
- 2.2.3. Um novo mercado: as capacidades dos consumidores e das empresas
- 2.2.4. Orientação Holística MK
- 2.2.5. Atualização dos 4 P's de Marketing
- 2.2.6. Tarefas da Gestão de Marketing

2.3. Papel do marketing estratégico

- 2.3.1. Conceito de Marketing Estratégico
- 2.3.2. Conceito de Planeamento Estratégico de Marketing
- 2.3.3. Etapas do processo de Planeamento Estratégico de Marketing

2.4. Dimensões da Estratégia de Marketing

- 2.4.1. Estratégias de Marketing
- 2.4.2. Tipos de Estratégias em Marketing

2.5. Marketing Mix

- 2.5.1. Conceito de Marketing Mix
- 2.5.2. Estratégias de Produto
- 2.5.3. Estratégias de Preço
- 2.5.4. Estratégias de Distribuição
- 2.5.5. Estratégia de Comunicação

2.6. Marketing Digital

- 2.6.1. Conceito de Marketing Digital
- 2.6.2. Estratégia de Comercialização em Marketing Digital

2.7. Inbound Marketing

- 2.7.1. Inbound Marketing efetivo
- 2.7.2. Benefícios do Inbound Marketing
- 2.7.3. Medir o sucesso do Inbound Marketing

2.8. Desenvolvimento do Plano de Marketing

- 2.8.1. Conceito de Plano de Marketing
- 2.8.2. Análise e Diagnóstico da situação
- 2.8.3. Decisões Estratégicas de Marketing
- 2.8.4. Decisões Operativas de Marketing

2.9. Gestão de grupos de Marketing

- 2.9.1. Os Grupos de Marketing
- 2.9.2. Criação de grupos de Marketing
- 2.9.3. Normas para a gestão de um Grupo de Marketing
- 2.9.4. O futuro dos Grupos de Marketing

2.10. Social Business

- 2.10.1. Visão estratégica da Web 2.0. e os seus desafios
- 2.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
- 2.10.3. Como rentabilizar a Web 2.0. e as redes sociais
- 2.10.4. Mobilidade e negócios digitais

Módulo 3. Comunicação Corporativa

3.1. Comunicação nas organizações

- 3.1.1. Organizações, pessoas e sociedade
- 3.1.2. Evolução histórica do comportamento organizacional
- 3.1.3. Comunicação bidirecional

3.2. Tendências na comunicação empresarial

- 3.2.1. Geração e distribuição de conteúdos empresariais
- 3.2.2. Comunicação empresarial na Web 2.0.
- 3.2.3. Implementação de métricas no processo de comunicação

3.3. Comunicação Publicitária

- 3.3.1. Comunicação de Marketing Integrado
- 3.3.2. Plano de comunicação publicitária
- 3.3.3. A Estratégia da Empresa
- 3.3.4. O Merchandising como técnica de Comunicação

3.4. Efeitos dos Meios de Comunicação

- 3.4.1. Eficácia da comunicação comercial e publicitária
- 3.4.2. Teorias sobre os efeitos dos media
- 3.4.3. Modelos sociais e de co-criação

3.5. Agências, meios e canais online

- 3.5.1. Agências integradas, criativas e online
- 3.5.2. Media tradicionais e novos media
- 3.5.3. Canais online
- 3.5.4. Outros players digitais

3.6. Comunicação em situações de crise

- 3.6.1. Definição e tipos de crise
- 3.6.2. Fases da crise
- 3.6.3. Mensagens: conteúdos e momentos empresariais

3.7. Comunicação e reputação digital

- 3.7.1. Relatório de reputação online
- 3.7.2. Netiqueta e melhores práticas em redes sociais
- 3.7.3. *Branding e networking 2.0*

3.8. Comunicação interna

- 3.8.1. Motivação, ação social, participação e programas de capacitação de RH
- 3.8.2. Ferramentas de comunicação interna e meios de comunicação
- 3.8.3. O plano de comunicação interna

3.9. Branding

- 3.9.1. A marca e as suas funções
- 3.9.2. A construção de Marca (*Branding*)
- 3.9.3. Arquitetura de Marca

3.10. Plano de comunicação integrado

- 3.10.1. Auditoria e diagnóstico
- 3.10.2. Elaboração do plano de comunicação
- 3.10.3. Medição de resultados: KPIs e ROI

Módulo 4. Organizações: gestão de crises e responsabilidade social**4.1. Design organizacional**

- 4.1.1. Conceito de Desenho organizacional
- 4.1.2. Estruturas organizativas
- 4.1.3. Tipos de Desenho Organizacional

4.2. Estrutura das organizações

- 4.2.1. Principais mecanismos de coordenação
- 4.2.2. Departamentos e organigramas
- 4.2.3. Autoridade e responsabilidade
- 4.2.4. *O empowerment*

4.3. Responsabilidade Social das Empresas

- 4.3.1. Compromisso social
- 4.3.2. Organizações sustentáveis
- 4.3.3. Ética nas organizações

4.4. Responsabilidade Social nas Organizações

- 4.4.1. Gestão da RSE nas Organizações
- 4.4.2. A RSE para com os empregados
- 4.4.3. Ação sustentável

4.5. Gestão da reputação

- 4.5.1. A gestão da reputação da empresa
- 4.5.2. A abordagem reputacional da marca
- 4.5.3. Gestão da reputação da liderança

4.6. Gestão de risco de reputação e de crises

- 4.6.1. Ouvir e gerir as percepções
- 4.6.2. Procedimentos, manual de crise e planos de contingência
- 4.6.3. Formação do porta-voz em situações de emergência

4.7. Conflitos nas Organizações

- 4.7.1. Conflitos interpessoais
- 4.7.2. Condições de conflito
- 4.7.3. Consequências dos conflitos

4.8. Lobbies e grupos de pressão

- 4.8.1. Grupos de opinião e o seu papel nas empresas e instituições
- 4.8.2. Relações institucionais e *lobbying*
- 4.8.3. Áreas de intervenção, instrumentos regulamentares, estratégia e meios de divulgação

4.9. Negociação

- 4.9.1. Negociação intercultural
- 4.9.2. Abordagens para a negociação
- 4.9.3. Técnicas de negociação efetivas
- 4.9.4. A reestruturação

4.10. Estratégia de marca corporativa

- 4.10.1. Imagem pública e *Stakeholders*
- 4.10.2. Estratégia e gestão de branding empresarial
- 4.10.3. Estratégia de comunicação empresarial alinhada com a identidade da marca

Módulo 5. Marketing e comunicação institucional

5.1. Ação política nas instituições

- 5.1.1. Conceito de instituição
- 5.1.2. Tipos de instituições e grupos sociais
- 5.1.3. Ações institucionais

5.2. Marketing institucional

- 5.2.1. Mercados institucionais: cidadãos e entidades
- 5.2.2. Oferta institucional
- 5.2.3. Satisfação do cidadão

5.3. Planos de Marketing nas Instituições

- 5.3.1. Análise do meio institucional
- 5.3.2. Objetivos da instituição
- 5.3.3. Ações estratégicas e operativas

5.4. Comunicação Pública

- 5.4.1. Agentes Políticos de comunicação
- 5.4.2. Meios formais de comunicação: Imprensa e instituições
- 5.4.3. Meios Informais de comunicação: Redes e opinadores

5.5. Estratégias de Comunicação Institucional

- 5.5.1. Conteúdos de Informação Institucional
- 5.5.2. Objetivos de Comunicação Institucional
- 5.5.3. Principais estratégias de Comunicação

5.6. Planeamento da agenda política institucional

- 5.6.1. Definição da agenda institucional
- 5.6.2. Conceção de campanhas institucionais
- 5.6.3. Grupos-alvo das campanhas

5.7. Comunicação Governamental: Governo Aberto

- 5.7.1. Conceito de Governo Aberto
- 5.7.2. Meios de comunicação
- 5.7.3. Tipos de mensagens

5.8. Comunicação Política nas Democracias

- 5.8.1. A procura de informação nas sociedades democráticas
- 5.8.2. Instituições como fontes de informação
- 5.8.3. Os meios de comunicação

5.9. A Democracia Digital

- 5.9.1. Conceito de Democracia Digital
- 5.9.2. Diálogo Social na Internet
- 5.9.3. A análise de cenários, toma de Elementos de utilização na Internet

5.10. Responsabilidade Social nas Instituições

- 5.10.1. Direitos Humanos e Responsabilidade Social
- 5.10.2. Alterações Climáticas e Responsabilidade Social
- 5.10.3. Ética Institucional

Módulo 6. Liderança e comunicação pessoal**6.1. Comunicação e liderança**

- 6.1.1. Liderança e estilos de liderança
- 6.1.2. Motivação
- 6.1.3. Capacidades e competências do líder 2.0

6.2. Comunicação interpessoal

- 6.2.1. Linguagem corporal
- 6.2.2. Comunicação assertiva
- 6.2.3. Entrevistas

6.3. Habilidades pessoais e influência

- 6.3.1. Habilidades pessoais e influência
- 6.3.2. Domínio do stress
- 6.3.3. Gestão do tempo

6.4. Liderança estratégica

- 6.4.1. Modelos de liderança
- 6.4.2. *Coaching*
- 6.4.3. *Mentoring*
- 6.4.4. Liderança transformacional

6.5. Oratória e capacitação de porta-voz

- 6.5.1. Comunicação interpessoal
- 6.5.2. Capacidade de comunicação e influência
- 6.5.3. Obstáculos à comunicação pessoal

6.6. Poder na Organização

- 6.6.1. Poder nas organizações
- 6.6.2. Fontes de poder estrutural
- 6.6.3. Táticas políticas

6.7. Função diretiva e a RSE

- 6.7.1. Visão estratégica da Responsabilidade Social das Empresas
- 6.7.2. Sistemas e modelos para a implementação da RSE
- 6.7.3. Organização da RSE Papéis e responsabilidades

6.8. Inteligência emocional

- 6.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 6.8.2. Inteligência emocional e comunicação
- 6.8.3. Auto-estima e linguagem emocional

6.9. Perfil psicológico do candidato

- 6.9.1. Psicologia da liderança
- 6.9.2. Tipologia da personalidade dos políticos
- 6.9.3. Expetativas do candidato ideal

6.10. Branding Pessoal

- 6.10.1. Estratégias para desenvolver o branding pessoal
- 6.10.2. Leis de Branding Pessoal
- 6.10.3. Ferramentas da construção de marca pessoal

06

Metodologia

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





“

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

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

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



Práticas de aptidões e competências

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



Leituras complementares

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





Case studies

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



07

O perfil dos nossos alunos

O nosso Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional é um programa destinado a profissionais especializados em Jornalismo e Comunicação, que desejam atualizar os seus conhecimentos e avançar na sua carreira profissional.





“

Se deseja alcançar uma evolução interessante na sua carreira profissional enquanto continua a trabalhar, este é o curso certo para si”

Idade média

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

Anos de experiência



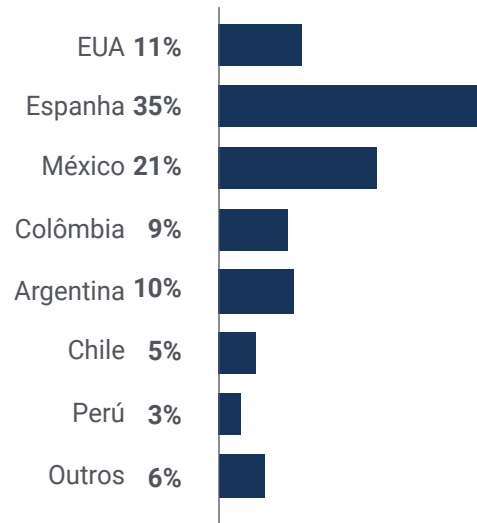
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Susana García Contreras

Diretora da Área de Desenvolvimento de Negócio

"Não consegui concluir a especialização que queria em Marketing porque achei impossível conciliá-la com o meu trabalho. No entanto, com este PDD, foi fácil e cómodo, o que me permitiu concluí-lo de forma eficiente"

08

Direção do curso

Num Oceano Vermelho generalizado como o que se encontra atualmente no panorama empresarial, a realização de uma estratégia adequada de marketing e de imagem de marca é uma questão extremamente delicada. Por este motivo, a TECH recorreu a um corpo docente altamente especializado no mais alto nível de gestão empresarial. O aluno tem a garantia de acesso a um plano de estudos elaborado a partir da sua própria experiência docente, com uma visão prática e teórica atual e inovadora.



“

Beneficie do conhecimento de um corpo docente especializado em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional, dando um impulso distintivo à sua proposta de valor"

Direção



Dr. Adolfo López Rausell

- ♦ Diretor da Tech Business School
- ♦ Direção Técnica em Projetos e Estudos de Mercado no Investgroup
- ♦ Gerência no Clube da Inovação da Comunidade Valenciana
- ♦ Licenciado em Estudos Económicos e Empresariais da Universidade de Valência
- ♦ Certificado em Marketing na Escola de Negócios ESEM

MARKETING STRATEGY

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquam sit consetetur. Duis autem vel eum irure tempor et faucibus, ut volutpat et esse rebusse consetetur.



meeting
3:30 PM
me
with John
24 Dec



09

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um curso 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 fá-lo com uma eficácia comprovada.



“

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.

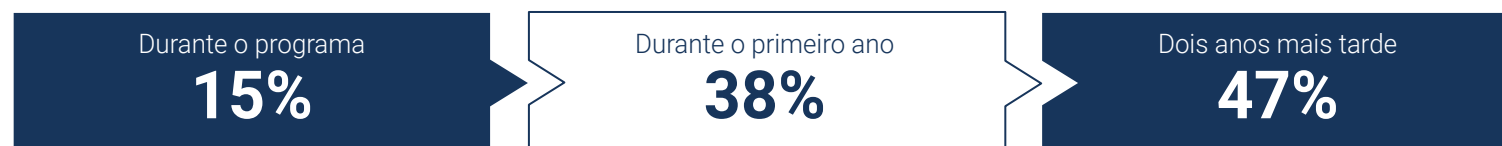
Com esta Capacitação poderá avançar drasticamente na sua profissão, embora não haja dúvida de que, para o fazer, terá de fazer um investimento em diferentes áreas, tais como económica, profissional e pessoal.

Contudo, o objetivo é melhorar na sua vida profissional e, para o fazer, é necessário lutar.

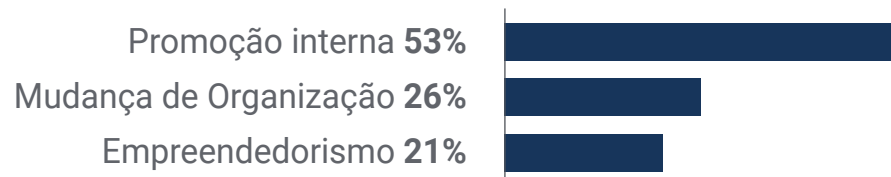
Graças a este programa educativo receberá um grande número de ofertas de emprego com as quais poderá iniciar o seu crescimento profissional.

A conclusão do Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional permitir-lhe-á progredir na sua profissão.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

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



10

Benefícios para a sua empresa

O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e EStratégia Empresarial e Institucional ajuda a elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da Capacitação de líderes de nível superior.

Participar neste PDD é uma oportunidade única de ganhar acesso a uma poderosa rede de contactos na qual pode encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Na era digital o diretor trará para a empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que podem provocar mudanças essenciais na 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 relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

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

03

Construção de agentes de mudança

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

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

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

05

Desenvolvimento de projetos próprios

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

06

Aumento da competitividade

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



11

Certificação

O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Programa de Desenvolvimento Diretivo 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 **Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional** 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 **Programa de Desenvolvimento Diretivo** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Certificação: **Programa de Desenvolvimento Diretivo em Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional**

ECTS: **30**

Carga horária: **750 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.



Programa de Desenvolvimento Diretivo Marketing e Estratégia Empresarial e Institucional

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **6 meses**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Créditos: **30 ECTS**
- » Tempo Dedicado: **16 horas/semana**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Programa de Desenvolvimento Diretivo

Marketing e Estratégia

Empresarial e Institucional