

Advanced Master

Alta Gestão de Logística

AMAGL





Advanced Master Alta Gestão de Logística

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/escola-de-negocios/advanced-master/advanced-master-alta-gestao-logistica

Índice

01

Apresentação do programa

pág. 4

02

Por que estudar na TECH?

pág. 8

03

Plano de estudos

pág. 12

04

Objetivos de ensino

pág. 32

05

Oportunidades profissionais

pág. 38

06

Metodologia de estudo

pág. 42

07

Equipe de professores

pág. 52

08

Certificado

pág. 72

01

Apresentação do programa

A gestão de riscos tornou-se um componente essencial para a alta gestão de logística, especialmente em um ambiente de negócios caracterizado pela volatilidade. A esse respeito, um relatório recente do Fundo Monetário Internacional revela que 60% das interrupções da cadeia de suprimentos global se devem a eventos inesperados, como flutuações econômicas ou desastres naturais. Diante dessa realidade, os profissionais precisam dominar metodologias de ponta para identificar esses perigos e desenvolver estratégias de mitigação para garantir a continuidade operacional das instituições. Com isso em mente, a TECH lança um inovador curso universitário online focado nas técnicas mais avançadas para otimizar a cadeia de suprimentos. Além disso, prestigiados diretores convidados internacionais ministrarão abrangentes *Masterclasses*.



“

Com este Advanced Master 100% online, você gerenciará operações de logística de forma eficiente para aumentar a eficiência organizacional, reduzir custos e melhorar a competitividade no mercado”

A logística é um elemento fundamental para a criação de valor nas empresas modernas. Portanto, as decisões estratégicas afetam todos os aspectos da operação, desde a aquisição até a distribuição. Entretanto, com a crescente globalização dos mercados, as empresas precisam adotar modelos de logística flexíveis e eficientes que se adaptem a um ambiente em constante mudança. Portanto, os especialistas precisam ter uma compreensão abrangente da avaliação da alta gestão de logística, com uma abordagem baseada em planejamento estratégico, inovação tecnológica e gestão da cadeia de suprimentos.

Nesse contexto, a TECH criou um Advanced Master pioneiro em Alta Gestão Logística. Projetado pelos principais especialistas da área, o programa de estudos se aprofundará em questões que vão desde os fundamentos do *management* ou a implementação de tecnologias de ponta nas empresas, como o *big data* às técnicas mais sofisticadas para otimizar a cadeia de suprimentos de produtos. Dessa forma, os alunos formados adquirirão habilidades técnicas avançadas para gerenciar operações de logística de forma eficiente em um ambiente global e competitivo.

Por outro lado, a metodologia do programa universitário é baseada no método *Relearning* da TECH, que garante a assimilação abrangente de conceitos complexos. Deve-se observar que a única coisa que os profissionais precisam para acessar esse Campus Virtual é um dispositivo com acesso à Internet, onde encontrarão uma variedade de recursos multimídia, como vídeos explicativos. Além disso, renomados diretores convidados internacionais ministrarão exclusivas *Masterclasses*.

Este **Advanced Master em Alta Gestão de Logística** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Alta Gestão de Logística
- O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- Contém exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- Ênfase particular em metodologias inovadoras na área financeira
- Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Renomados diretores convidados internacionais ministrarão aulas intensivas que lhe fornecerão as estratégias mais inovadoras para otimizar a eficiência das operações logísticas”

“

O sistema Relearning característico da TECH permitirá que você aprenda no seu próprio ritmo, sem depender de restrições externas de ensino”

O corpo docente inclui profissionais da área de Alta Gestão de Logística que contribuem com sua experiência profissional para este programa, além de especialistas reconhecidos das principais sociedades e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo e programado para capacitar em situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o aluno deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do programa. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

Você terá uma compreensão abrangente da gestão da cadeia de suprimentos e das práticas recomendadas de logística.

Você liderará projetos que otimizam a sustentabilidade, a qualidade e a resiliência das atividades de logística.

TRAD
METHODO

AGILE

02

Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior universidade digital do mundo. Com um impressionante catálogo de mais de 14.000 programas universitários, disponíveis em 11 idiomas, a TECH se posiciona como líder em empregabilidade, com uma taxa de inserção profissional de 99%. Além disso, conta com um vasto corpo docente formado por mais de 6.000 professores de prestígio internacional.



“

Estude na maior universidade digital do mundo e garanta seu sucesso profissional. O futuro começa na TECH”

A melhor universidade online do mundo de acordo com a FORBES

A conceituada revista Forbes, especializada em negócios e finanças, destacou a TECH como «a melhor universidade online do mundo». Foi o que afirmou recentemente em um artigo de sua edição digital, no qual faz referência à história de sucesso dessa instituição, «graças à oferta acadêmica que oferece, à seleção de seu corpo docente e a um método de aprendizagem inovador destinado a formar os profissionais do futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Os planos de estudos mais completos do panorama universitário

A TECH oferece os planos de estudos mais completos do cenário universitário, com programas que abrangem conceitos fundamentais e, ao mesmo tempo, os principais avanços científicos em suas áreas específicas. Além disso, esses programas são continuamente atualizados para garantir aos alunos a vanguarda acadêmica e as habilidades profissionais mais procuradas. Dessa forma, os programas da universidade proporcionam aos seus alunos uma vantagem significativa para impulsionar suas carreiras rumo ao sucesso.

A melhor equipe de professores top internacional

A equipe de professores da TECH é composta por mais de 6.000 profissionais de renome internacional. Professores, pesquisadores e executivos seniores de multinacionais, incluindo Isaiah Covington, técnico de desempenho do Boston Celtics; Magda Romanska, pesquisadora principal do Harvard MetaLAB; Ignacio Wistumba, presidente do departamento de patologia molecular translacional do MD Anderson Cancer Center; e D.W. Pine, diretor de criação da revista TIME, entre outros.

Profesorado
TOP
Internacional

Um método de aprendizado único

A TECH é a primeira universidade a utilizar o *Relearning* em todos os seus cursos. É a melhor metodologia de aprendizagem online, credenciada com certificações internacionais de qualidade de ensino, fornecidas por agências educacionais de prestígio. Além disso, esse modelo acadêmico disruptivo é complementado pelo "Método do Caso", configurando assim uma estratégia única de ensino online. Também são implementados recursos didáticos inovadores, incluindo vídeos detalhados, infográficos e resumos interativos.

La metodología
más eficaz

A maior universidade digital do mundo

A TECH é a maior universidade digital do mundo. A TECH é a maior universidade digital do mundo. Somos a maior instituição educacional, com o melhor e mais amplo catálogo educacional digital, 100% online, abrangendo a grande maioria das áreas do conhecimento. Oferecemos o maior número de cursos próprios, pós-graduações e graduações oficiais do mundo. No total, são mais de 14.000 programas universitários em onze idiomas diferentes, o que nos torna a maior instituição de ensino do mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

A universidade online oficial da NBA

A TECH é a Universidade Online Oficial da NBA. Por meio de um acordo com a maior liga de basquete do mundo, oferece aos seus alunos programas universitários exclusivos, além de uma grande variedade de recursos educacionais voltados para o negócio da liga e outras áreas da indústria esportiva. Cada programa tem um plano de estudos único e conta com palestrantes convidados excepcionais: profissionais com trajetórias esportivas destacadas que compartilham suas experiências sobre os temas mais relevantes.

Líderes em empregabilidade

A TECH se consolidou como a universidade líder em empregabilidade. 99% dos seus alunos conseguem um emprego na área que estudaram em até um ano após a conclusão de qualquer programa da universidade. Um número semelhante obtém uma melhoria imediata em sua carreira. Isso é possível graças a uma metodologia de ensino baseada na aquisição de competências práticas, essenciais para o desenvolvimento profissional.



Google Partner Premier

A gigante da tecnologia Google concedeu à TECH o selo Google Partner Premier. Esse reconhecimento, disponível apenas para 3% das empresas no mundo, destaca a experiência eficaz, flexível e adaptada que a universidade oferece aos seus alunos. O reconhecimento não apenas credencia o máximo rigor, desempenho e investimento nas infraestruturas digitais da TECH, mas também coloca essa universidade como uma das empresas de tecnologia mais avançadas do mundo.



A Universidade mais bem avaliada por seus alunos

O site de avaliação Global score posicionou a TECH como a universidade mais bem avaliada do mundo por seus alunos. Esse portal de avaliações, o mais confiável e prestigiado, pois verifica e valida a autenticidade de cada opinião publicada, concedeu à TECH a sua classificação mais alta, 4,9 de 5, com base em mais de 1000 avaliações recebidas. Esses números colocam a TECH como referência absoluta de universidade internacional.



03

Plano de estudos

Os profissionais de logística precisam se manter na vanguarda das últimas tendências da área para gerenciar com sucesso diferentes operações comerciais. Com o objetivo de facilitar essa tarefa, a TECH criou um Advanced Master pioneiro em Alta Gestão Logística, que fornecerá aos alunos as ferramentas mais modernas para otimizar a eficiência da cadeia de suprimentos e aumentar a competitividade e a inovação das entidades a longo prazo.



“

Você usará as técnicas mais sofisticadas de análise preditiva para detectar os riscos da cadeia de suprimentos e desenvolver estratégias para garantir a resiliência operacional”

Módulo 1. Liderança, Ética e Responsabilidade Social da Empresa

- 1.1. Globalização e governança
 - 1.1.1. Governança e governo corporativo
 - 1.1.2. Fundamentos da governança corporativa nas empresas
 - 1.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
 - 1.2.2. Liderança nos negócios
 - 1.2.3. A importância do Líder na Direção de Empresas
- 1.3. *CrossCultural Management*
 - 1.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 1.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 1.3.3. Gestão de diversidade
- 1.4. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 1.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 1.4.2. Conceito de liderança
 - 1.4.3. Teorias de liderança
 - 1.4.4. Estilos de liderança
 - 1.4.5. Inteligência na liderança
 - 1.4.6. Os desafios da liderança hoje
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética e moral
 - 1.5.2. Ética empresarial
 - 1.5.3. Liderança e ética nos negócios
- 1.6. Sustentabilidade
 - 1.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. Empresas sustentáveis
- 1.7. Responsabilidade social da empresa
 - 1.7.1. A dimensão internacional da responsabilidade social corporativa
 - 1.7.2. Implementação da responsabilidade social corporativa
 - 1.7.3. Impacto e medição da responsabilidade social corporativa

- 1.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 1.8.1. Responsabilidade social corporativa RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 1.8.2. Aspectos fundamentais na implementação de uma estratégia de gestão responsável
 - 1.8.3. Etapas para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 1.8.4. Ferramentas e padrões da Responsabilidade Social Corporativa
- 1.9. Multinacionais e direitos humanos
 - 1.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 1.9.2. Empresas multinacionais e direito internacional
 - 1.9.3. Instrumentos legais para multinacionais na área de direitos humanos
- 1.10. Ambiente legal e *corporate governance*
 - 1.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 1.10.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 1.10.3. Direito trabalhista internacional

Módulo 2. Gestão estratégica e Gestão gerencial

- 2.1. Análise e projeto organizacional
 - 2.1.1. Estrutura conceitual
 - 2.1.2. Fatores-chave no design organizacional
 - 2.1.3. Modelos básicos de organização
 - 2.1.4. Projeto organizacional
- 2.2. Estratégia Corporativa
 - 2.2.1. Estratégia corporativa competitiva
 - 2.2.2. Estratégias de crescimento: Tipologia
 - 2.2.3. Estrutura conceitual
- 2.3. Planejamento e Formulação Estratégica
 - 2.3.1. Estrutura conceitual
 - 2.3.2. Elementos do planejamento estratégico
 - 2.3.3. Formulação estratégica: O processo do planejamento estratégico
- 2.4. Pensamento estratégico
 - 2.4.1. A empresa como um sistema
 - 2.4.2. Conceito de organização

- 2.5. Diagnóstico financeiro
 - 2.5.1. Conceito de diagnóstico financeiro
 - 2.5.2. Etapas do diagnóstico financeiro
 - 2.5.3. Métodos de avaliação para o diagnóstico financeiro
- 2.6. Planejamento e Estratégia
 - 2.6.1. O plano de uma estratégia
 - 2.6.2. Posicionamento estratégico
 - 2.6.3. Estratégia nos negócios
- 2.7. Modelos e Padrões Estratégicos
 - 2.7.1. Estrutura conceitual
 - 2.7.2. Modelos estratégicos
 - 2.7.3. Padrões estratégicos: Os cinco P's da estratégia
- 2.8. Estratégia Competitiva
 - 2.8.1. A vantagem competitiva
 - 2.8.2. Escolha de uma estratégia competitiva
 - 2.8.3. Estratégias de acordo com o modelo do relógio estratégico
 - 2.8.4. Tipos de estratégias de acordo com o ciclo de vida do setor industrial
- 2.9. Gestão estratégica
 - 2.9.1. O conceito de estratégia
 - 2.9.2. O processo de gestão estratégica
 - 2.9.3. Abordagens para a gestão estratégica
- 2.10. Implementação da estratégia
 - 2.10.1. Sistemas indicadores e abordagem de processo
 - 2.10.2. Mapa estratégico
 - 2.10.3. Alinhamento estratégico
- 2.11. *Management* executivo
 - 2.11.1. Estrutura conceitual do *Management* Diretivo
 - 2.11.2. *Management* Diretivo. O papel do Conselho de Administração e ferramentas de gestão Corporativa
- 2.12. Comunicação estratégica
 - 2.12.1. Comunicação interpessoal
 - 2.12.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 2.12.3. Comunicação interna
 - 2.12.4. Barreiras à comunicação empresarial

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

- 3.1. Comportamento organizacional
 - 3.1.1. Comportamento organizacional Estrutura conceitual
 - 3.1.2. Principais fatores do comportamento organizacional
- 3.2. As pessoas nas organizações
 - 3.2.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
 - 3.2.2. Equipes de trabalho e direção de reuniões
 - 3.2.3. Coaching e gestão de equipes
 - 3.2.4. Gestão da igualdade e diversidade
- 3.3. Gestão estratégica de pessoas
 - 3.3.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 3.3.2. Gestão estratégica de pessoas
- 3.4. Evolução dos recursos. Uma visão integrada
 - 3.4.1. A Importância de Recursos Humanos
 - 3.4.2. Um novo ambiente para gerenciamento e liderança de pessoas
 - 3.4.3. Gestão estratégica de recursos humanos
- 3.5. Seleção, dinâmica de grupo e recrutamento de Recursos Humanos
 - 3.5.1. Abordagem de recrutamento e seleção
 - 3.5.2. Recrutamento
 - 3.5.3. O processo de seleção
- 3.6. Gestão de recursos humanos por competências
 - 3.6.1. Análise do potencial
 - 3.6.2. Política de remuneração
 - 3.6.3. Planos de carreira/sucessão
- 3.7. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 3.7.1. Gestão de desempenho
 - 3.7.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 3.8. Gestão de capacitação
 - 3.8.1. Teorias de aprendizagem
 - 3.8.2. Identificação e retenção de talentos
 - 3.8.3. Gamificação e gestão de talentos
 - 3.8.4. Capacitação e obsolescência profissional

- 3.9. Gestão do talento
 - 3.9.1. Chaves para uma gestão positiva
 - 3.9.2. Origem conceitual do talento e sua implicação na empresa
 - 3.9.3. Mapa de talentos na organização
 - 3.9.4. Custo e valor agregado
- 3.10. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 3.10.1. Modelos estratégicos de gestão de talentos
 - 3.10.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
 - 3.10.3. Lealdade e retenção
 - 3.10.4. Proatividade e inovação
- 3.11. Motivação
 - 3.11.1. A natureza da motivação
 - 3.11.2. Teoria das expectativas
 - 3.11.3. Teorias de necessidades
 - 3.11.4. Motivação e compensação financeira
- 3.12. *Marca do empregador*
 - 3.12.1. *Employer branding* em Recursos Humanos
 - 3.12.2. Personal Branding para profissionais de Recursos humanos
- 3.13. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 3.13.1. Equipes de alto desempenho: equipes autogerenciadas
 - 3.13.2. Metodologias para gerenciar equipes autogerenciadas de alto desempenho
- 3.14. Desenvolvimento da competência gerencial
 - 3.14.1. O que são competências gerenciais?
 - 3.14.2. Elementos de competências
 - 3.14.3. Conhecimentos
 - 3.14.4. Habilidades gerenciais
 - 3.14.5. Atitudes e valores dos gerentes
 - 3.14.6. Habilidades de gestão
- 3.15. Gestão do tempo
 - 3.15.1. Benefícios
 - 3.15.2. Quais podem ser as causas da má administração do tempo?
 - 3.15.3. Tempo
 - 3.15.4. As ilusões do tempo
 - 3.15.5. Atenção e memória
 - 3.15.6. Estado mental
 - 3.15.7. Gestão do tempo
 - 3.15.8. Proatividade
 - 3.15.9. Seja claro quanto ao objetivo
 - 3.15.10. Ordem
 - 3.15.11. Planejamento
- 3.16. Gestão de mudanças
 - 3.16.1. Gestão de mudanças
 - 3.16.2. Tipo de processos de gerenciamento de mudanças
 - 3.16.3. Estágios ou fases do gerenciamento de mudanças
- 3.17. Negociação e gestão de conflitos
 - 3.17.1. Negociação
 - 3.17.2. Gestão de conflitos
 - 3.17.3. Gestão de crises
- 3.18. Comunicação gerencial
 - 3.18.1. Comunicação interna e externa no ambiente de negócios
 - 3.18.2. Departamento de Comunicação
 - 3.18.3. O responsável pela comunicação da empresa O perfil do Dircom
- 3.19. Gestão de Recursos Humanos e Equipes de Prevenção de Riscos Ocupacionais
 - 3.19.1. Gestão de recursos humanos e equipes
 - 3.19.2. Prevenção de Riscos Ocupacionais
- 3.20. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 3.20.1. Produtividade
 - 3.20.2. Alavancas de atração e retenção talentos
- 3.21. Compensação monetária x não monetária
 - 3.21.1. Compensação monetária x não monetária
 - 3.21.2. Modelos de faixas salariais
 - 3.21.3. Modelos de compensação não monetária
 - 3.21.4. Modelos de trabalho
 - 3.21.5. Comunidade corporativa
 - 3.21.6. Imagem da empresa
 - 3.21.7. Salário emocional I

- 3.22. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 3.22.1. Inovação nas organizações
 - 3.22.2. Novos desafios para o departamento de Recursos Humanos
 - 3.22.3. Gestão da inovação
 - 3.22.4. Ferramentas para a Inovação
- 3.23. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.23.1. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.23.2. Implementação da gestão do conhecimento
- 3.24. Transformação de Recursos Humanos na Era Digital
 - 3.24.1. O contexto socioeconômico
 - 3.24.2. Novas formas de organização empresarial
 - 3.24.3. Novas metodologias

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- 4.1. Ambiente Econômico
 - 4.1.1. Ambiente macroeconômico e o sistema financeiro nacional
 - 4.1.2. Instituições financeiras
 - 4.1.3. Mercados financeiros
 - 4.1.4. Ativos financeiros
 - 4.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 4.2. O financiamento da empresa
 - 4.2.1. Fontes de financiamento
 - 4.2.2. Tipos de custo no financiamento
- 4.3. Contabilidade Gerencial
 - 4.3.1. Conceitos básicos
 - 4.3.2. Os ativos da empresa
 - 4.3.3. Os passivos da empresa
 - 4.3.4. O patrimônio líquido da empresa
 - 4.3.5. A demonstração de resultados
- 4.4. Da contabilidade geral à contabilidade de custos
 - 4.4.1. Elementos de cálculo de custos
 - 4.4.2. Gastos em geral e contabilidade de custos
 - 4.4.3. Classificação dos custos
- 4.5. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 4.5.1. Fundamentos e classificação
 - 4.5.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 4.5.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 4.6. Orçamento e controle de gestão
 - 4.6.1. O modelo orçamentário
 - 4.6.2. O orçamento do capital
 - 4.6.3. O orçamento de exploração
 - 4.6.5. O orçamento de tesouraria
 - 4.6.6. Controle orçamentário
- 4.7. Gestão de tesouraria
 - 4.7.1. Fundo de manobra contábil e capital de giro necessário
 - 4.7.2. Cálculo dos requisitos operacionais de fundos
 - 4.7.3. *Credit management*
- 4.8. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.8.1. Conceitos fiscais básicos
 - 4.8.2. Imposto de renda corporativo
 - 4.8.3. Imposto sobre o valor agregado
 - 4.8.4. Outros impostos relacionados a à atividade comercial
 - 4.8.5. As empresas como facilitadoras do trabalho do Estado
- 4.9. Sistemas de controles das empresas
 - 4.9.1. Análise das demonstrações financeiras
 - 4.9.2. O balanço da empresa
 - 4.9.3. A conta de lucros e perdas
 - 4.9.4. A demonstração de fluxos de caixa
 - 4.9.5. Análise de proporção
- 4.10. Gestão Financeira
 - 4.10.1. As decisões financeiras da empresa
 - 4.10.2. O departamento financeiro
 - 4.10.3. Excedentes de caixa
 - 4.10.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 4.10.5. Gerenciamento de riscos da gestão financeira

- 4.11. Planejamento financeiro
 - 4.11.1. Definição de planejamento financeiro
 - 4.11.2. Ações a serem tomadas no planejamento financeiro
 - 4.11.3. Criação e estabelecimento da estratégia de negócios
 - 4.11.4. O quadro *Cash Flow*
 - 4.11.5. Balanced Scorecard
- 4.12. Estratégia financeira corporativa
 - 4.12.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 4.12.2. Produtos financeiros de financiamento empresarial
- 4.13. Contexto Macroeconômico
 - 4.13.1. Contexto macroeconômico
 - 4.13.2. Indicadores econômicos
 - 4.13.3. Mecanismos de monitoramento de magnitudes macroeconômicas
 - 4.13.4. Os ciclos econômicos
- 4.14. Financiamento estratégico
 - 4.14.1. Autofinanciamento
 - 4.14.2. Aumento dos fundos próprios
 - 4.14.3. Recursos híbridos
 - 4.14.4. Financiamento por meio de intermediários
- 4.15. Mercados financeiros e de capitais
 - 4.15.1. Mercado monetário
 - 4.15.2. Mercado de renda fixa
 - 4.15.3. Mercado de Renda Variável
 - 4.15.4. O mercado de divisas estrangeiras
 - 4.15.5. A Bolsa de Derivativos
- 4.16. Análise e planejamento financeiro
 - 4.16.1. Análise de Balanço de Situação
 - 4.16.2. Análise da demonstração de resultados
 - 4.16.3. Análise da rentabilidade
- 4.17. Análise e resolução de casos/problemas
 - 4.17.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Gestão de operações e logística

- 5.1. Direção e gestão de operações
 - 5.1.1. O papel das operações
 - 5.1.2. O impacto das operações na gestão de negócios
 - 5.1.3. Introdução à estratégia de operações
- 5.2. Organização industrial e logística
 - 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
- 5.3. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO,.)
 - 5.3.1. Sistemas de produção
 - 5.3.2. Estratégia de produção
 - 5.3.3. Sistemas de gestão de inventário
 - 5.3.4. Indicadores de produção
- 5.4. Estrutura e tipos de suprimentos
 - 5.4.1. Função do aprovisionamento
 - 5.4.2. Gerenciamento de aquisições
 - 5.4.3. Tipos de compra
 - 5.4.4. Gerenciamento de compras de uma empresa com eficiência
 - 5.4.5. Estágios do processo de decisão de compra
- 5.5. Controle econômico das compras
 - 5.5.1. Influência econômico das compras
 - 5.5.2. Centro de custos
 - 5.5.3. Orçamentos
 - 5.5.4. Orçamento x gasto real
 - 5.5.5. Ferramentas de controle orçamentário
- 5.6. Controle das operações de armazéns
 - 5.6.1. Controle de inventário
 - 5.6.2. Sistema de localização
 - 5.6.3. Técnicas de gestão de *estoque*
 - 5.6.4. Sistemas de armazenamento

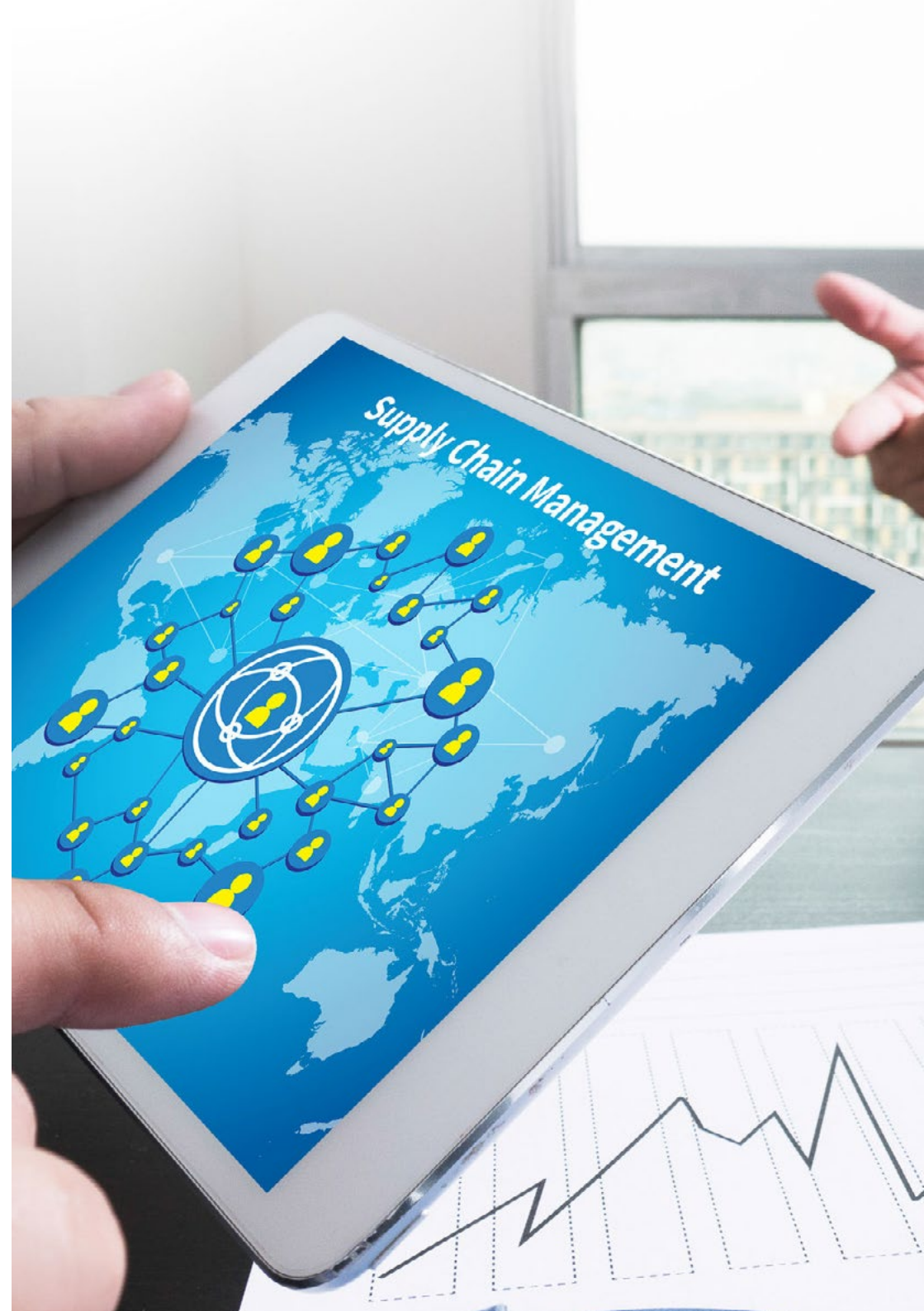
- 5.7. Gestão estratégica de compras
 - 5.7.1. Estratégia Empresarial
 - 5.7.2. Planejamento estratégico
 - 5.7.3. Estratégia de compras
 - 5.8. Tipologia da cadeia de suprimentos (SCA)
 - 5.8.1. Cadeia de abastecimento
 - 5.8.2. Benefícios do gerenciamento da cadeia de suprimentos
 - 5.8.3. Cadeia de abastecimento
 - 5.9. *Supply chain management*
 - 5.9.1. Gerenciamento da cadeia de suprimentos (SCM)
 - 5.9.2. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 5.9.3. Padrões de demanda
 - 5.9.4. Estratégia e mudança de operações
 - 5.10. Interações do SCA com todas as áreas
 - 5.10.1. Interação da cadeia de abastecimentos
 - 5.10.2. Interação da cadeia de abastecimentos. Integração por partes
 - 5.10.3. Problemas de integração da cadeia de abastecimentos
 - 5.10.4. Cadeia de abastecimento 4,0.
 - 5.11. Custos da logística
 - 5.11.1. Custos logísticos
 - 5.11.2. Problemas de custos logísticos
 - 5.11.3. Otimização dos custos logísticos
 - 5.12. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS
 - 5.12.1. Cadeia logística
 - 5.12.2. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas
 - 5.12.3. Indicadores Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas
 - 5.13. Gestão de processos
 - 5.13.1. A gestão dos processos
 - 5.13.2. Abordagem baseada em processos: mapeamento de processos
 - 5.13.3. Melhorias na gestão de processos
 - 5.14. Distribuição e logística transporte
 - 5.14.1. Distribuição na cadeia de suprimentos
 - 5.14.2. Logística de transporte
 - 5.14.3. Sistemas de informações geográficas como suporte à logística
 - 5.15. Logística e clientes
 - 5.15.1. Análise da demanda
 - 5.15.2. Previsão de demanda e vendas
 - 5.15.3. Planejamento de vendas e operações
 - 5.15.4. Planejamento participativo, previsão e reabastecimento (CPFR)
 - 5.16. Logística internacional
 - 5.16.1. Processos de exportação e importação
 - 5.16.2. Alfândega
 - 5.16.3. Formas e meios de pagamento internacional
 - 5.16.4. Plataformas logísticas internacionais
 - 5.17. *Outsourcing* de operações
 - 5.17.1. Gestão de Operações e *Outsourcing*
 - 5.17.2. Implementação do outsourcing em ambientes logísticos
 - 5.18. Competitividade nas operações
 - 5.18.1. Gestão de operações
 - 5.18.2. Competitividade operacional
 - 5.18.3. Estratégia de operações e vantagens competitivas
 - 5.19. Gestão da qualidade
 - 5.19.1. Clientes internos e externos
 - 5.19.2. Os custos da qualidade
 - 5.19.3. A melhoria contínua e a filosofia Deming
- Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação**
- 6.1. Meios tecnológicos
 - 6.1.1. Tecnologia e globalização
 - 6.1.2. Ambiente econômico e tecnologia
 - 6.1.3. Ambiente tecnológico e seu impacto nas empresas
 - 6.2. Sistemas e tecnologias de informação nos negócios
 - 6.2.1. Evolução do modelo de TI
 - 6.2.2. Organização e departamento de TI
 - 6.2.3. Tecnologia da informação e ambiente econômico

- 6.3. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica
 - 6.3.1. Criação de valor para clientes e acionistas
 - 6.3.2. Decisões estratégicas SI/TI
 - 6.3.3. Estratégia corporativa vs. tecnologia e estratégia digital
 - 6.4. Gestão de Sistemas de Informação
 - 6.4.1. Governança corporativa de tecnologia e sistemas de informação
 - 6.4.2. Gerenciamento de sistemas de informação nas empresas
 - 6.4.3. Gestores de sistemas de informações especializadas: papéis e funções
 - 6.5. Planejamento estratégico de sistemas de informação
 - 6.5.1. Planejamento estratégico de sistemas de informação
 - 6.5.3. Fases do planejamento estratégico dos sistemas de informação
 - 6.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
 - 6.6.1. *Business intelligence*
 - 6.6.2. *Data Warehouse*
 - 6.6.3. BSC ou Balanced Scorecard
 - 6.7. Explorando informações
 - 6.7.1. SQL: Bases de dados relacional. Conceitos básicos
 - 6.7.2. Redes e comunicações
 - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de dados padronizados
 - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional e *Dashboards* gráficos
 - 6.7.5. Análise estratégica do BD e composição do relatório
 - 6.8. *Business Intelligence* empresarial
 - 6.8.1. O mundo dos dados
 - 6.8.2. Conceitos relevantes
 - 6.8.3. Principais características
 - 6.8.4. Soluções no mercado atual
 - 6.8.5. Arquitetura geral de uma solução *Business Intelligence*
 - 6.8.6. Cibersegurança em *Business Intelligence* e *Data Science*
 - 6.9. Novo conceito empresarial
 - 6.9.1. Por que *Business Intelligence*?
 - 6.9.2. Obtenção da Informação
 - 6.9.4. Razões para investir em *Business Intelligence*
 - 6.10. Ferramentas e soluções *Business Intelligence*
 - 6.10.1. Como escolher a melhor ferramenta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
 - 6.11. Planejamento e gestão do Projeto *Business Intelligence*
 - 6.11.1. Primeiros passos para definir um projeto de *Business Intelligence*
 - 6.11.2. Solução BI para sua empresa
 - 6.11.3. Requisitos e objetivos
 - 6.12. Aplicações de gestão corporativa
 - 6.12.1. Sistemas de informação e Gestão corporativa
 - 6.12.2. Aplicações para a gestão corporativa
 - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* ou ERP
 - 6.13. Transformação Digital
 - 6.13.1. Estrutura conceitual para transformação digital
 - 6.13.2. Transformação digital; elementos-chave, benefícios e desvantagens
 - 6.13.3. Transformação digital nas empresas
 - 6.14. Tecnologias e tendências
 - 6.14.1. Principais tendências em tecnologia que estão mudando os modelos de negócios
 - 6.14.2. Análise das principais tecnologias emergentes
 - 6.15. *Outsourcing* de TI
 - 6.15.1. Estrutura conceitual do *outsourcing*
 - 6.15.2. *Outsourcing* e seu impacto nos negócios
 - 6.15.3. Fatores-chave para a implementação de um sistema corporativo de *outsourcing* de TI
- Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégica e Comunicação Corporativa**
- 7.1. Gestão Comercial
 - 7.1.1. Estrutura conceitual para Gestão Comercial
 - 7.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
 - 7.1.3. A função dos gerentes comerciais

- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Conceito de Marketing
 - 7.2.2. Noções básicas de marketing
 - 7.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Conceito de marketing estratégico
 - 7.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 7.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 7.4. Marketing digital e e-commerce
 - 7.4.1. Objetivos do marketing digital e comércio eletrônico
 - 7.4.2. Marketing digital e mídia utilizada
 - 7.4.3. Comércio eletrônico Contexto geral
 - 7.4.4. Categoria: do comércio eletrônico
 - 7.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-Commerce* em relação ao comércio tradicional
- 7.5. *Managing digital business*
 - 7.5.1. Estratégia competitiva diante do aumento da digitalização da mídia
 - 7.5.2. Design e criação de um plano de Marketing Digital
 - 7.5.3. Análise do retorno do investimento em um plano de Marketing Digital
- 7.6. Marketing digital para fortalecer a marca
 - 7.6.1. Estratégias online para melhorar a reputação de sua marca
 - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estratégia de Marketing Digital
 - 7.7.1. Definir a estratégia de Marketing Digital
 - 7.7.2. Ferramentas de estratégia de marketing digital
- 7.8. Marketing digital para atrair e reter clientes
 - 7.8.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
 - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
 - 7.8.3. Hipersegmentação
- 7.9. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 7.9.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 7.9.2. Etapas para lançar uma campanha de marketing online
 - 7.9.3. Erros em campanhas de publicidade digital
- 7.10. Plano de Marketing Online
 - 7.10.1. O que é um plano de marketing online?
 - 7.10.2. Etapas para criar um plano de marketing online
 - 7.10.3. Vantagens de ter um plano de marketing online
- 7.11. *Blended Marketing*
 - 7.11.1. O que é *Blended Marketing*?
 - 7.11.2. Diferenças entre marketing online e offline
 - 7.11.3. Aspectos a serem levados em conta na estratégia de *Blended Marketing*
 - 7.11.4. Características de uma estratégia de *Blended Marketing*
 - 7.11.5. Recomendações em *Blended Marketing*
 - 7.11.6. Benefícios do *Blended Marketing*
- 7.12. Estratégia de Vendas
 - 7.12.1. Estratégia de Vendas
 - 7.12.2. Métodos de Vendas
- 7.13. Comunicações corporativas
 - 7.13.1. Conceito
 - 7.13.2. Importância da comunicação na organização
 - 7.13.3. Tipo da comunicação nas organizações
 - 7.13.4. Funções da comunicação na organização
 - 7.13.5. Elementos da comunicação
 - 7.13.6. Problemas de comunicação
 - 7.13.7. Cenários de comunicação
- 7.14. Estratégia de comunicação corporativa
 - 7.14.1. Programas de motivação, ação social, participação e de capacitação com RH
 - 7.14.2. Ferramentas de comunicação interna e mídia
 - 7.14.3. O plano de comunicação interna
- 7.15. Comunicação e reputação digital
 - 7.15.1. Reputação online
 - 7.15.2. Como medir a reputação digital?
 - 7.15.3. Ferramentas de reputação online
 - 7.15.4. Relatório de reputação online
 - 7.15.5. *Branding* online

Módulo 8. Pesquisa de mercado, publicidade e gerenciamento de marketing

- 8.1. Pesquisa de mercado
 - 8.1.1. Pesquisa de mercado: origem histórica
 - 8.1.2. Análise e evolução da estrutura conceitual da pesquisa de mercado
 - 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor da pesquisa de mercado
- 8.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa
 - 8.2.1. Tamanho da amostra
 - 8.2.2. Amostragem
 - 8.2.3. Tipos de técnicas quantitativas
- 8.3. Métodos e Técnicas de Pesquisa qualitativas
 - 8.3.1. Tipos de pesquisa qualitativa
 - 8.3.2. Técnicas de pesquisa qualitativa
- 8.4. Segmentação de Mercado
 - 8.4.1. Conceito de segmentação de mercados
 - 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
 - 8.4.3. Segmentação de mercados de consumo
 - 8.4.4. Segmentação de mercado industriais
 - 8.4.5. Estratégias de segmentação
 - 8.4.6. A segmentação baseada em critérios do marketingmix
 - 8.4.7. Metodologia de segmentação de mercado
- 8.5. Gestão de Projetos de Pesquisa
 - 8.5.1. Pesquisa de mercado como um processo
 - 8.5.2. Fases de planejamento na pesquisa de mercado
 - 8.5.3. Fases de execução na pesquisa de mercado
 - 8.5.4. Gestão de Projetos de Pesquisa
- 8.6. Pesquisa de mercado internacional
 - 8.6.1. Pesquisa de mercado internacional
 - 8.6.2. Processo da pesquisa de mercados internacionais
 - 8.6.3. A importância das fontes secundárias na pesquisa de mercado internacional
- 8.7. Os estudos de viabilidade
 - 8.7.1. Conceito e utilidade
 - 8.7.2. Esboço de um estudo de viabilidade
 - 8.7.3. Desenvolvimento de um estudo de viabilidade





- 8.8. Propaganda
 - 8.8.1. Contexto histórico da publicidade
 - 8.8.2. Estrutura conceitual da publicidade; princípios, conceito de *briefing* e posicionamento
 - 8.8.3. Agências de publicidade, agências de mídia e profissionais de publicidade
 - 8.8.4. Importância da publicidade nos negócios
 - 8.8.5. Tendências e desafios da publicidade
- 8.9. Desenvolvimento do plano de Marketing
 - 8.9.1. Conceito do plano de Marketing
 - 8.9.2. Análise e diagnóstico da situação
 - 8.9.3. Decisões estratégicas de marketing
 - 8.9.4. Decisões operacionais de marketing
- 8.10. Estratégias de promoção e *merchandising*
 - 8.10.1. Comunicação de Marketing Integrado
 - 8.10.2. Plano de comunicação publicitária
 - 8.10.3. O *Merchandising* como técnica de comunicação
- 8.11. Planejamento da mídia
 - 8.11.1. Origem e evolução do planejamento de mídia
 - 8.11.2. Os meios de comunicação
 - 8.11.3. Plano de mídia
- 8.12. Fundamentos da Gestão Comercial
 - 8.12.1. A função da gerência comercial
 - 8.12.2. Sistemas de análise da situação comercial competitiva da empresa/mercado
 - 8.12.3. Sistemas de planejamento de negócios da empresa
 - 8.12.4. Principais estratégias competitivas
- 8.13. Negociações Comerciais
 - 8.13.1. Negociações Comerciais
 - 8.13.2. Questões psicológicas de negociação
 - 8.13.3. Principais métodos de negociação
 - 8.13.4. O processo de negociação

- 8.14. Tomada de Decisão em Gestão de Negócios
 - 8.14.1. Estratégia Comercial e Estratégia Competitiva
 - 8.14.2. Modelos de Tomada de Decisão
 - 8.14.3. Análise e ferramentas de tomada de decisão
 - 8.14.4. Comportamento humano na tomada de decisões
- 8.15. Direção e Gestão da Rede de Vendas
 - 8.15.1. Sales *management*. Gestão de vendas
 - 8.15.2. Redes a Serviço da Atividade Comercial
 - 8.15.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores
 - 8.15.4. Sistemas de remuneração para redes comerciais próprias e externas
 - 8.15.5. Gerenciamento do processo comercial. Controle e assistência ao trabalho da equipe comercial com base nas informações
- 8.16. Implementação da Função Comercial
 - 8.16.1. Recrutamento de representantes de vendas próprios e agentes de vendas
 - 8.16.2. Controle da Atividade Comercial
 - 8.16.3. O código de ética para a equipe comercial
 - 8.16.4. Conformidade regulatória
 - 8.16.5. Padrões de conduta comercial geralmente aceitos
- 8.17. Gerenciamento de **Key Accounts**
 - 8.17.1. Conceito de gestão de contas-chave
 - 8.17.2. O *Key Account Manager*
 - 8.17.3. Estratégias de gestão de contas-chave
- 8.18. Gestão Financeira e Orçamentária
 - 8.18.1. Ponto de equilíbrio
 - 8.18.2. Desvios no orçamento de vendas. Controle do gerenciamento e do plano anual de vendas
 - 8.18.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas de negócios
 - 8.18.4. Gerenciamento de ciclo, rotações, lucratividade, lucratividade e liquidez
 - 8.18.5. Conta de resultados

Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

- 9.1. Inovação
 - 9.1.1. Introdução à inovação
 - 9.1.2. Inovação no ecossistema empresarial
 - 9.1.3. Instrumentos e ferramentas para o processo de inovação empresarial
- 9.2. Estratégia de Inovação
 - 9.2.1. Inteligência estratégica e inovação
 - 9.2.2. Estratégia de inovação
- 9.3. *Project Management* para *startups*
 - 9.3.1. Conceito de *startup*
 - 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
 - 9.3.3. Estágios no desenvolvimento de uma *startup*
 - 9.3.4. A função de um gerente de projeto em uma *startup*
- 9.4. Projeto e validação do modelo de negócios
 - 9.4.1. Estrutura conceitual de um modelo de negócios
 - 9.4.2. Validação do design dos modelos de negócios
- 9.5. Direção e gestão de projetos
 - 9.5.1. Direção e gerenciamento de projetos: Identificação de oportunidades para desenvolver projetos de inovação corporativa
 - 9.5.2. Principais estágios ou fases na liderança e gerenciamento de projetos de inovação
- 9.6. Gestão de mudanças em projetos: gestão da capacitação
 - 9.6.1. Conceito de gerenciamento de mudanças
 - 9.6.2. O processo de gerenciamento de mudanças
 - 9.6.3. Implementação da mudança
- 9.7. Gestão da comunicação de projetos
 - 9.7.1. Gestão das comunicações do projeto
 - 9.7.2. Conceitos-chave para o gerenciamento de comunicações
 - 9.7.3. Tendências emergentes
 - 9.7.4. Adaptação à equipe
 - 9.7.5. Planejamento da gestão das comunicações
 - 9.7.6. Gerenciando as comunicações
 - 9.7.7. Monitoramento de comunicações

- 9.8. Metodologias tradicionais e inovadoras
 - 9.8.1. Metodologias inovadoras
 - 9.8.2. Princípios básicos do Scrum
 - 9.8.3. Diferenças entre os principais aspectos do Scrum e das metodologias tradicionais
- 9.9. Criação de uma startup
 - 9.3.1. Criação de uma *startup*
 - 9.3.2. Organização e cultura
 - 9.3.3. As dez principais razões pelas quais fracassam as *startups*
 - 9.3.4. Aspectos legais
- 9.10. Planejamento de gerenciamento de risco dos projetos
 - 9.10.1. Planejar riscos
 - 9.10.2. Elementos para a criação de um plano de gerenciamento de riscos
 - 9.10.3. Ferramentas para criar um plano de gerenciamento de riscos
 - 9.10.4. Conteúdo do plano de gerenciamento de riscos

Módulo 10. *Management* executivo

- 10.1. *Management*
 - 10.1.1. Conceito de *General Management*
 - 10.1.2. A ação do *Manager* Geral
 - 10.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 10.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 10.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 10.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 10.3. Gestão operacional
 - 10.3.1. Importância da gestão
 - 10.3.2. A cadeia de valor
 - 10.3.3. Gestão de qualidade
- 10.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 10.4.1. Comunicação interpessoal
 - 10.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 10.4.3. Obstáculos à comunicação

- 10.5. Ferramentas de comunicação pessoal e organizacional
 - 10.5.1. Comunicação interpessoal
 - 10.5.2. Ferramentas de comunicação interpessoal
 - 10.5.3. Comunicação na organização
 - 10.5.4. Ferramentas na organização
- 10.6. Comunicação em situações de crise
 - 10.6.1. Crise
 - 10.6.2. Fases da crise
 - 10.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 10.7. Preparando um plano de crise
 - 10.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 10.7.2. Planejamento
 - 10.7.3. Adequação de pessoal
- 10.8. Inteligência emocional
 - 10.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 10.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 10.8.3. Autoestima e comunicação emocional
- 10.9. *Branding* pessoal
 - 10.9.1. Estratégias para o *branding* pessoal
 - 10.9.2. Leis de *Branding* pessoal
 - 10.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 10.10. Liderança e gestão de equipes
 - 10.10.1. Liderança e estilos de liderança
 - 10.10.2. Habilidades e desafios de liderança
 - 10.10.3. Gestão de processos de mudança
 - 10.10.4. Gestão de equipes multiculturais

Módulo 11. Visão empresarial

- 11.1. Missão, visão, valores corporativos
 - 11.1.1. Missão, visão e valores
 - 11.1.2. Relação com as funções do gerente de operações
 - 11.1.3. Exemplos de missão, visão e valores em empresas líderes
- 11.2. Organização empresarial: departamentos-chave
 - 11.2.1. Detalhes dos principais departamentos
 - 11.2.2. Órgãos de governo
 - 11.2.3. Influência do diretor de operações nos departamentos
- 11.3. Organização comercial: administração comercial e comercial
 - 11.3.1. Departamento Comercial
 - 11.3.2. Departamento de Administração Comercial
 - 11.3.3. Coordenação entre a área comercial e o resto da empresa
- 11.4. Organização industrial e logística
 - 11.4.1. Departamento de Organização Industrial
 - 11.4.2. Departamento de Logística Interna
 - 11.4.3. Departamento de Logística Externa
- 11.5. Funções e competências de gestão
 - 11.5.1. Departamento chefiado pelo Diretor de Operações
 - 11.5.2. Funções de um gerente de operações
 - 11.5.3. Enfoque em habilidades
- 11.6. Liderança
- 11.7. Direção de Recursos Humanos e equipes de SST (Saúde e Segurança no Trabalho)
 - 11.7.1. Gestão de Recursos Humanos
 - 11.7.2. Gestão de equipes
 - 11.7.3. Plano de Saúde e Segurança no Trabalho
- 11.8. Comunicação horizontal e vertical
 - 11.8.1. Comunicação horizontal
 - 11.8.2. Comunicação horizontal e vertical
 - 11.8.3. Comunicação da administração
- 11.9. Custos
 - 11.9.1. Contabilidade de custos
 - 11.9.2. Diferenças entre despesas, compra, investimento, pagamento e custo
 - 11.9.3. Tipologias e classificação dos Custos

- 11.10. Sistemas de informação
 - 11.10.1. Conceito de Sistema de Informação de Marketing (SIM)
 - 11.10.2. Características de SIM
 - 11.10.3. Informações no SIM
- 11.11. Indústria 4.0. curto e médio prazo
 - 11.11.1. *Big Data*
 - 11.11.2. IoT
 - 11.11.3. Fabricação de aditivos
- 11.12. Indústria 4.0. longo prazo
 - 11.12.1. *Machine learning*
 - 11.12.2. Robótica colaborativa
 - 11.12.3. Realidade aumentada, realidade virtual e ciber-segurança

Módulo 2. Organização da produção, aquisição e armazenagem

- 12.1. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO, etc.)
 - 12.1.1. Sistema e estratégias de produção
 - 12.1.2. Sistemas de gestão de inventário
 - 12.1.3. Indicadores de produção
- 12.2. Estrutura, tipos e canais de venda
 - 12.2.1. Estrutura de vendas: organização, canais e setor
 - 12.2.2. Estrutura de vendas: escritórios e grupos de vendas
 - 12.2.3. Determinação de uma estrutura de vendas
- 12.3. Estrutura e tipos de suprimentos
 - 12.3.1. Função de compras
 - 12.3.2. Gerenciamento de aquisições
 - 12.3.3. Processo de decisão de compra
- 12.4. Projeto de plantas de produção
 - 12.4.1. Arquitetura industrial e projeto da planta
 - 12.4.2. Tipos básicos de projeto de planta
 - 12.4.3. Características para um desenho adequado da planta
- 12.5. Controle econômico das compras
 - 12.5.1. Projeto avançado de armazém
 - 12.5.2. *Picking e Sorting*
 - 12.5.3. Controle do fluxo de materiais

- 12.6. Desenho de processos
 - 12.6.1. Definição do desenho do processo
 - 12.6.2. Princípios do desenho do processo
 - 12.6.3. Modelagem de processos
- 12.7. Alocação de recursos
 - 12.7.1. Introdução à atribuição de recursos
 - 12.7.2. Gestão de projetos
 - 12.7.3. Distribuição de recursos
- 12.8. Controle das operações industriais
 - 12.8.1. Controle de processos e suas características
 - 12.8.2. Exemplos de processos industriais
 - 12.8.3. Controles industriais
- 12.9. Controle das operações de armazéns
 - 12.9.1. Operações de armazém
 - 12.9.2. Sistemas de controle de estoque e localização
 - 12.9.3. Técnicas de gestão de estoque
- 12.10. Operações de manutenção
 - 12.10.1. Manutenção industrial e tipologia
 - 12.10.2. Planejamento de manutenção
 - 12.10.3. Direção de manutenção auxiliada por computador

Módulo 13. Gestão operacional I: Planejamento, Fabricação e Armazém

- 13.1. Previsão da demanda
 - 13.1.1. Sistema de Planejamento e Controle de Produção
 - 13.1.2. Demanda e tipos de demanda
 - 13.1.3. Previsão da demanda e metodologia
- 13.2. Planejamento de recursos e produção. Capacidade
 - 13.2.1. Planejamento agregado da produção
 - 13.2.2. Sistema de Planejamento Maestro de Produção
 - 13.2.3. Sistema de Planejamento aproximado de Capacidade
- 13.3. Sequenciamento
 - 13.3.1. Planejamento das necessidades de materiais
 - 13.3.2. Planejamento das necessidades de Capacidade
 - 13.3.3. Planejamento de recursos de fabricação (MRPII)

- 13.4. Preparação da fabricação
 - 13.4.1. Sistema para lançamento e controle das atividades de produção
 - 13.4.2. Programa da produção
 - 13.4.3. Sequenciamento. Controle de produção
- 13.5. Controle de manutenção
 - 13.5.1. Controle de manutenção
 - 13.5.2. Ciclo de controle de manutenção
 - 13.5.3. Elaboração de um plano de manutenção
- 13.6. *Lean Warehouse*
 - 13.6.1. Introdução ao *Lean Manufacturing*
 - 13.6.2. Estrutura do sistema Lean
 - 13.6.3. Técnicas Lean
- 13.7. Projeto e gestão de armazém
 - 13.7.1. Projeto avançado de armazém
 - 13.7.2. *Picking* e *Sorting*
 - 13.7.3. Controle do fluxo de materiais
- 13.8. Custos de fabricação
 - 13.8.1. Custos de produção
 - 13.8.2. Outras despesas gerais de fabricação
 - 13.8.3. Sistemas de custos
- 13.9. Custos de armazenagem
 - 13.9.1. Introdução aos Custos de armazenagem
 - 13.9.2. Classificação dos custos de armazenagem
 - 13.9.3. Avaliação de inventário
- 13.10. Sistemas de informação em planejamento e fabricação
 - 13.10.1. Sistemas de informação geral
 - 13.10.2. Sistemas de informação em planejamento e fabricação
 - 13.10.3. Operações de mercado
- 13.11. Sistemas de informação de armazenagem
 - 13.11.1. Sistemas de informação de armazenagem
 - 13.11.2. Tecnologia da informação em armazenagem
 - 13.11.3. Opções de mercado

Módulo 14. Gestão operacional II: SCA logística

- 14.1. Desenho e gestão da cadeia de abastecimentos
 - 14.1.1. Introdução à cadeia de abastecimentos: componentes
 - 14.1.2. Desenho da cadeia de abastecimentos
 - 14.1.3. gestão da cadeia de abastecimentos
- 14.2. Aspectos chave da Cadeia de abastecimento
 - 14.2.1. Evolução da cadeia de abastecimentos
 - 14.2.2. Aspectos chave da Cadeia de abastecimento
 - 14.2.3. Avaliação de cenários
- 14.3. Projeto de planejamento estratégico ao longo da cadeia de abastecimento
 - 14.3.1. Desenho da cadeia de abastecimentos
 - 14.3.2. Planejamento da cadeia de abastecimentos
 - 14.3.3. Metodologia para Desenho da cadeia de abastecimentos
- 14.4. Preparação do pedido
 - 14.4.1. Introdução à preparação de pedidos
 - 14.4.2. Considerações básicas para a preparação de pedidos
 - 14.4.3. Fases de preparação dos pedidos
- 14.5. Gestão dos Recursos. Capacidade e calendários
 - 14.5.1. Gestão de recursos e capacitação
 - 14.5.2. Técnicas de gestão de recursos
 - 14.5.3. Calendários
- 14.6. Planejamento logístico externo
 - 14.6.1. Introdução à logística integral
 - 14.6.2. Importância do planejamento logístico
 - 14.6.3. Chaves do planejamento logístico
- 14.7. Logística reversa e sustentabilidade
 - 14.7.1. Desenvolvimento sustentável
 - 14.7.2. Logística reversa
 - 14.7.3. Logística verde
- 14.8. Distribuição logística internacional
 - 14.8.1. Projeto avançado de armazém
 - 14.8.2. *Picking e Sorting*
 - 14.8.3. Controle do fluxo de materiais

- 14.9. Atendimento ao cliente
 - 14.9.1. Metodologias
 - 14.9.2. Indicadores
 - 14.9.3. Relação com a logística
- 14.10. *Lean management*
 - 14.10.1. Fundamentos Lean com aplicação em logística internacional
 - 14.10.2. Principais implicações e requerimentos
 - 14.10.3. Outras metodologias de melhoria de processos
- 14.11. Custos cadeia de abastecimentos
 - 14.11.1. Projeto de melhoramento de custos (*Cost Cutting*)
 - 14.11.2. Fases
 - 14.11.3. Casos práticos.
- 14.12. Sistemas de informação
 - 14.12.1. Caso Amazon
 - 14.12.2. Integração com Amazon
 - 14.12.3. Fluxo de mensagens

Módulo 15. Gestão de Operações III: Gestão Estratégica de Compras

- 15.1. Gestão estratégica de compras
 - 15.1.1. Gestão estratégica: vantagens e modelos
 - 15.1.2. A gestão estratégica de compras e seus fatores
 - 15.1.3. Estratégia de compras
- 15.2. *Lean management* nos processos de compras
 - 15.2.1. *Lean Buying*
 - 15.2.2. *Outsourcing* no SCM
 - 15.2.3. *Lean Supplying*
- 15.3. Desenho da Estratégias de Compras
 - 15.3.1. Terceirização
 - 15.3.2. Subcontratação de processos
 - 15.3.3. Globalização
 - 15.3.4. Deslocalização

- 15.4. *Outsourcing-insourcing*
 - 15.4.1. Modelos e processos de aquisição
 - 15.4.2. Modelos de segmentação
 - 15.4.3. Papel do *e-Procurement*
- 15.5. Aquisição estratégica
 - 15.5.1. Seleção e estratégia de fornecedores
 - 15.5.2. Geração de valor a partir de aquisição estratégica
 - 15.5.3. Operadores logísticos em compras
- 15.6. Gestão de transporte e distribuição
 - 15.6.1. Coordenação entre transporte e armazenamento
 - 15.6.2. Zonas de atividades logísticas, ZAL
 - 15.6.3. Normativas y convenios del transporte aéreo y terrestre de mercancías
- 15.7. *Global supply chain*
 - 15.7.1. Introdução e classificação da complexidade da cadeia de abastecimento
 - 15.7.2. Áreas de oportunidade em cadeias de fornecimento globais
 - 15.7.3. Tendências em cadeias de fornecimento globais
- 15.8. Gestão das importações
 - 15.8.1. Alfândega, processos de exportação e importação
 - 15.8.2. Instituições e acordos de comércio internacional
 - 15.8.3. Legislación aduanera
 - 15.8.4. Administração da fábrica e compras internacionais
- 15.9. Incoterms e gestão de documentos internacionais
 - 15.9.1. Exportação ou implantação
 - 15.9.2. A agência, distribuição e contrato de venda e distribuição internacional
 - 15.9.3. Propriedade industrial e intelectual
 - 15.9.4. Classificação tarifária
- 15.10. Formas e meios de pagamento internacional
 - 15.10.1. A escolha dos meios de pagamento
 - 15.10.2. Crédito documentário
 - 15.10.3. Garantia bancária e crédito documentário

- 15.11. Custos da Gestão Estratégica de Compras
 - 15.11.1. Cadeia de valor
 - 15.11.2. Custo de abastecimento
 - 15.11.3. Avaliação de estoque
- 15.12. Sistemas de informação de compras
 - 15.12.1. Dados mestres
 - 15.12.2. Processos
 - 15.12.3. Mensagens EDI

Módulo 16. Gestão operacional IV: qualidade

- 16.1. Princípios de estatísticas aplicados ao controle de qualidade
 - 16.1.1. Introdução
 - 16.1.2. Medidas de tendência central
 - 16.1.3. Medidas de dispersão
- 16.2. Definição operacional de defeito
 - 16.2.1. Gestão de qualidade nem SCA.
 - 16.2.2. Definição, controle e catalogação de defeitos
 - 16.2.3. Critérios de aceitação ou rejeição do produto
- 16.3. Conceitos básicos de controle
 - 16.3.1. Definições
 - 16.3.2. Norma ISO 9001
 - 16.3.3. Requisitos de Norma ISO 9001
- 16.4. Gráficos de controle por variáveis e atributos
 - 16.4.1. Controle por variáveis e atributos
 - 16.4.2. Gráficos de controle
 - 16.4.3. Gráfico OC
- 16.5. Inspeção de amostras
 - 16.5.1. Tipologia
 - 16.5.2. Metodologia
 - 16.5.3. Tamanho da amostra
- 16.6. Capacidade de processos
 - 16.6.1. Estatísticas associadas
 - 16.6.2. Variabilidade
 - 16.6.3. Índices Cp

- 16.7. Six Sigma Metodologia y estratégias
 - 16.7.1. Definição Six Sigma
 - 16.7.2. Metodologia Six Sigma
 - 16.7.3. Estrutura Six Sigma
- 16.8. Custos de qualidade
 - 16.8.1. Tipos de estudo de viabilidade
 - 16.8.2. Estudo de viabilidade técnica
 - 16.8.3. Caso de uso
- 16.9. Sistemas de informação
 - 16.9.1. Implementação da qualidade do ERPI
 - 16.9.2. Controle de qualidade em eventos
 - 16.9.3. Revisões periódicas

Módulo 17. Planejamento estratégico e direção de projetos IT

- 17.1. Mapa global de sistemas IT (I): ERP, MRP, SGA, MES
 - 17.1.1. Descrição de cada sistema
 - 17.1.2. Opções de mercado
 - 17.1.3. Processos de implementação
- 17.2. Mapa global de sistemas IT (II): eCommerce, web corporativa, BI, Simulação, *Machine Learning* e GMAO
 - 17.2.1. Descrição de cada sistema
 - 17.2.2. Opções de mercado
 - 17.2.3. Processos de implementação
- 17.3. Sistemas de TI: alta disponibilidade, segurança e manutenção
 - 17.3.1. Aspectos a considerar
 - 17.3.2. Opções de mercado
 - 17.3.3. Processos de Implementação
- 17.4. Planejamento estratégico SI
 - 17.4.1. Aspectos a considerar
 - 17.4.2. Direção de Recursos Tecnológica
 - 17.4.3. Processos adjacentes: *reporting* e avaliação
- 17.5. Gerenciamento de projetos de IT
 - 17.5.1. Metodologia geral
 - 17.5.2. Manifesto Ágil
 - 17.5.3. SRUM

- 17.6. Responsabilidade social corporativa em projetos de IT
- 17.7. Finanças e investimentos responsáveis por projetos de IT
- 17.8. Negócios e ambiente em projetos de IT
- 17.9. Sistemas e ferramentas de gerenciamento de IT
- 17.10. Ética comercial em projetos de IT

Módulo 18. *Financial Supply Chain Management*

- 18.1. Entorno econômico global
 - 18.1.1. Bases da economia global
 - 18.1.2. A globalização dos mercados comerciais e financeiros
 - 18.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
 - 18.1.4. Sistema monetário internacional
- 18.2. Vantagens financeiras da gestão da cadeia de abastecimento
 - 18.2.1. Balanço patrimonial
 - 18.2.2. Lucros e prejuízos
 - 18.2.3. Interpretação das proporções
- 18.3. Contabilidade de gestão da cadeia de abastecimento
 - 18.3.1. Mensurável: produtividade
 - 18.3.2. Eficiência e custo-eficácia
 - 18.3.3. Proporções e gestão
- 18.4. Análise e Planejamento Financeiro da cadeia de abastecimentos
 - 18.4.1. Definições
 - 18.4.2. Planejamento
 - 18.4.3. Exemplos de planejamento financeiro
- 18.5. Diagnóstico financeiro
 - 18.5.1. Indicadores para a análise das declarações financeiras
 - 18.5.2. Análise da rentabilidade
 - 18.5.3. Rentabilidade econômica e financeira de uma empresa
- 18.6. Análise econômica das decisões
 - 18.6.1. Controle orçamentário
 - 18.6.2. Análise da concorrência. Análise comparativo
 - 18.6.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento comercial

- 18.7. Aspectos financeiros-chave da gestão das operações da cadeia de abastecimento
 - 18.7.1. Introdução ao Gerenciamento de operações
 - 18.7.2. Aspectos fundamentais
 - 18.7.3. Interpretação das proporções
- 18.8. Ferramentas para gerenciar as operações da cadeia de abastecimento em tempos de crise
 - 18.8.1. Definição de ferramentas e vantagens
 - 18.8.2. Ferramentas de gestão
 - 18.8.3. Operações de mercado
- 18.9. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS
 - 18.9.1. Rentabilidade e eficiência das mediações.
 - 18.9.2. Indicadores gerais das cadeias logísticas
 - 18.9.3. Indicadores específicos
- 19.5. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos logísticos
 - 19.5.1. Avaliação da qualidade total
 - 19.5.2. Localização de pontos de melhoria
 - 19.5.3. Gerenciamento AVANÇADO de projetos
- 19.6. Avaliação das tendências de mercado em logística
 - 19.6.1. Avaliações de tendências
 - 19.6.2. Linhas de ação
 - 19.6.3. Opções de mercado
- 19.7. Avaliação de tendências SI
 - 19.7.1. Avaliação de tendências novidades SI
 - 19.7.2. Ferramentas
 - 19.7.3. Opções de mercado

Módulo 19. Estratégia operacional e metodologias de gestão LEAN

- 19.1. *Lean management*
 - 19.1.1. Princípios básicos de Lean Management
 - 19.1.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas
 - 19.1.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade
- 19.2. Implementação da metodologia Lean Global
 - 19.2.1. A metodologia Lean
 - 19.2.2. Processos de Implementação
 - 19.2.3. Melhoria contínua
- 19.3. Técnicas de melhoria de processos e fabricação de resposta rápida (QRM)
 - 19.3.1. Localização de pontos de melhoria
 - 19.3.2. BPM, simulação e gêmeo digital
 - 19.3.3. Seleção da ferramenta necessária
- 19.4. Inovação e engenharia de produtos em logística. Organizações e desenvolvimento de produtos
 - 19.4.1. Aspectos a considerar
 - 19.4.2. Organizações e desenvolvimento de mercado
 - 19.4.3. Opções de mercado



Você aprenderá lições valiosas ao resolver casos logísticos reais em ambientes de aprendizado simulados. Matricule-se agora!"

04

Objetivos de ensino

Por meio do Advanced Master em Alta Gestão Logística da TECH, os profissionais desenvolverão habilidades avançadas de liderança que lhes permitirão otimizar significativamente a cadeia de suprimentos. Nesse sentido, os alunos formados liderarão a transformação digital das instituições para incorporar ferramentas tecnológicas de ponta, como Big Data ou Internet das Coisas. Assim, os alunos poderão gerenciar os riscos durante os diferentes processos logísticos em um estágio inicial e alocar os recursos disponíveis da forma mais eficiente possível.





“

Você criará estratégias de ponta para reduzir o impacto ambiental das operações de logística e garantir a conformidade com as normas relacionadas à Responsabilidade Social Corporativa”



Objetivos gerais

- ♦ Definir políticas de compras/aquisição dentro da estrutura da logística integrada
- ♦ Desenvolver uma visão internacional da cadeia de abastecimento
- ♦ Aumentar a empregabilidade do aluno
- ♦ Melhorar o conhecimento sobre as áreas complementares à gestão de projetos, estratégia comercial e a gestão financeira
- ♦ Definir as políticas, práticas e mecanismos que moldam a gestão de compras, assim como as relações cliente-fornecedor
- ♦ Utilizar as ferramentas de compra mais apropriadas para a seleção e avaliação dos melhores fornecedores
- ♦ Requisitos estruturais na área de compras
- ♦ Implementar um plano para melhorar a produtividade e redução de custos
- ♦ Avaliar e medir os resultados através da identificação de indicadores-chave
- ♦ Desenvolver estratégias de negociação que gerem relações estáveis e positivas com os fornecedores
- ♦ Realizar e gestionar a performance e a auditoria de compras
- ♦ Desenvolver estratégias para otimizar o atendimento ao cliente e melhorar a rentabilidade da empresa no mercado nacional e internacional.
- ♦ Aplicar os conceitos de Lean Management ao longo de toda a cadeia de fornecimento
- ♦ Descrever os últimos desenvolvimentos no setor, graças à colaboração do setor público e do setor empresarial privado, tanto nacional como internacional.
- ♦ Implementar as técnicas para desenvolver políticas de e-commerce e trabalhar na interação entre loja e logística, gestão de catálogos, compras e aprovisionamento, assim como operações de armazém, transporte e distribuição em geral e atendimento ao cliente
- ♦ Implementar ferramentas para o controle operacional e econômico das operações
- ♦ Descrever os procedimentos para estabelecer critérios de decisão para a terceirização de processos, RFQs e assinatura de contratos de serviços logísticos
- ♦ Descrever em profundidade os mecanismos de criação de valor da cadeia de fornecimento
- ♦ Explicar as interações e o impacto das decisões operacionais sobre o resto das funções da empresa.
- ♦ Competir através da inovação de processos
- ♦ Passar da gestão técnica para a parte de gerenciamento dentro das empresas
- ♦ Aprimorar a gestão de pessoas e equipes de alta performance
- ♦ Ter o conhecimento de como gestionar uma empresa, assim como as pessoas em ambientes de grande incerteza
- ♦ Ter uma visão horizontal e vertical das organizações.
- ♦ Aperfeiçoar a capacidade de execução
- ♦ Trabalhar de uma forma mais eficaz e ágil, além de estar bem alinhado com as novas tecnologias e ferramentas atuais



Objetivos específicos

Módulo 1. Liderança, Ética e Responsabilidade Social da Empresa

- ◆ Desenvolver habilidades de liderança que integrem princípios éticos na tomada de decisões de negócios
- ◆ Aplicar modelos éticos na resolução de dilemas corporativos e na promoção de práticas sustentáveis

Módulo 2. Direção Estratégica e Gestão Executiva

- ◆ Adquirir habilidades avançadas para formular e executar estratégias em nível corporativo
- ◆ Aprofundar a análise dos ambientes de negócios para tomar decisões estratégicas bem informadas

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

- ◆ Implementar estratégias de gerenciamento de talentos de ponta para maximizar o desempenho da equipe
- ◆ Promover um ambiente de trabalho inclusivo e motivador para melhorar a produtividade e o bem-estar dos funcionários

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- ◆ Obter habilidades na tomada de decisões econômicas para otimizar os recursos financeiros
- ◆ Implementar ferramentas sofisticadas para avaliar a viabilidade e a lucratividade das operações



Módulo 5. Gestão de operações e logística

- ♦ Ser capaz de projetar e controlar processos logísticos eficientes e econômicos
- ♦ Melhorar a produção e a distribuição de bens e serviços, garantindo a qualidade e a pontualidade

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- ♦ Desenvolver estratégias para o uso eficaz da tecnologia na tomada de decisões e no suporte aos negócios
- ♦ Implementar tecnologias de informação que melhorem a eficiência operacional e a competitividade organizacional

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégica e Comunicação Corporativa

- ♦ Gerenciar a comunicação corporativa de forma eficaz para fortalecer a imagem da marca
- ♦ Aplicar princípios de marketing estratégico para melhorar a competitividade da empresa

Módulo 8. Pesquisa de mercado, publicidade e gerenciamento de marketing

- ♦ Aplicar técnicas eficazes de publicidade para promover produtos e serviços em diferentes mercados
- ♦ Dirigir e gerenciar atividades comerciais que atendam às demandas do mercado

Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

- ♦ Gerenciar projetos com eficiência, garantindo seu alinhamento com a estratégia corporativa
- ♦ Aplicar ferramentas para o planejamento e a implementação de projetos inovadores que impulsionam o crescimento dos negócios

Módulo 10. Management executivo

- ♦ Aprimorar as habilidades de comunicação e liderança no contexto organizacional
- ♦ Desenvolver habilidades de tomada de decisão e gerenciamento de recursos em nível gerencial

Módulo 11. Visão empresarial

- ♦ Compreender profundamente a dinâmica dos negócios e seu impacto na estratégia global
- ♦ Implementar ações com base na antecipação de tendências de mercado e competitividade

Módulo 12. Organização da produção, aquisição e armazenagem

- ♦ Otimizar a gestão de estoque e armazém para melhorar a eficiência operacional
- ♦ Implementar estratégias de melhoria contínua para garantir a qualidade e a disponibilidade de produtos e serviços

Módulo 13. Gestão operacional I: Planejamento, Fabricação e Armazém

- ♦ Gerenciar os processos de armazenamento e fabricação com uma abordagem baseada em eficiência ou redução de custos
- ♦ Melhorar a eficiência dos processos de fabricação e otimizar a alocação de recursos

Módulo 14. Gestão operacional II: SCA logística

- ♦ Otimizar a eficiência na distribuição de produtos, desde a fabricação até o consumidor final
- ♦ Implementar práticas de logística que aumentem a competitividade e a satisfação do cliente

Módulo 15. Gestão de Operações III: Gestão Estratégica de Compras

- ♦ Desenvolver competências para negociação eficaz com fornecedores e tomada de decisões estratégicas
- ♦ Implementar políticas e procedimentos para melhorar a eficiência na aquisição de materiais e serviços

Módulo 16. Gestão operacional IV: qualidade

- ♦ Garantir a conformidade com os padrões de qualidade para melhorar a satisfação do cliente
- ♦ Implementar técnicas de melhoria contínua para aumentar a eficácia e reduzir os erros na produção

Módulo 17. Planejamento estratégico e direção de projetos IT

- ♦ Aplicar metodologias ágeis e ferramentas de gerenciamento para garantir o sucesso dos projetos de TI
- ♦ Desenvolver recursos de gerenciamento de projetos de tecnologia que otimizem o desempenho dos negócios

Módulo 18. Financial Supply Chain Management

- ♦ Integrar o gerenciamento financeiro às operações de logística para garantir a eficiência geral da cadeia de valor
- ♦ Aplicar técnicas financeiras para melhorar a lucratividade e reduzir os riscos na cadeia de suprimentos

Módulo 19. Estratégia operacional e metodologias de gestão LEAN

- ♦ Obter competências em redução de resíduos e otimização de recursos em processos operacionais
- ♦ Aplicar ferramentas LEAN para melhorar a qualidade, reduzir custos e aumentar a competitividade organizacional



Com o sistema Relearning da TECH, você não precisará investir uma grande quantidade de horas de estudo, concentrando-se nos conceitos mais relevantes”

05

Oportunidades profissionais

Após a conclusão do Advanced Master em Alta Gestão de Logística, os profissionais terão uma sólida compreensão das estratégias de logística mais eficazes para otimizar a cadeia de suprimentos e gerenciar operações globais. Ao mesmo tempo, os alunos formados projetarão e implementarão soluções inovadoras que melhoram a eficiência e reduzem os custos. Dessa forma, os especialistas melhorarão suas perspectivas de carreira e assumirão funções especializadas, como a de Gerente de Logística.





“

Você trabalhará como Gerente de Logística, garantindo a otimização da cadeia de suprimentos e a distribuição eficiente dos produtos”

Perfil do aluno

O aluno do Advanced Master em Alta Gestão de Logística são altamente qualificados para gerenciar e otimizar cadeias de suprimentos e operações logísticas complexas. Além disso, possui um profundo conhecimento de estratégias de logística, tecnologias avançadas e metodologias de melhoria contínua necessárias para aumentar a eficiência e reduzir os custos. Você também estará preparado para projetar e implementar soluções logísticas personalizadas, colaborar com equipes multidisciplinares e coordenar entre fornecedores, clientes e parceiros estratégicos, promovendo uma logística eficiente e sustentável que impulse o sucesso organizacional.

Você supervisionará todas as etapas da logística, desde a aquisição de matérias-primas até a entrega de mercadorias aos clientes.

- ♦ **Pensamento crítico e resolução de problemas:** Os profissionais desenvolvem a capacidade de aplicar o pensamento crítico para analisar situações logísticas, identificar problemas e gerar soluções criativas
- ♦ **Gerenciamento de projetos e de tempo:** Uma competência fundamental é a capacidade de gerenciar projetos de logística de forma eficaz, incluindo o gerenciamento de tempo, organização de recursos e resolução de conflitos
- ♦ **Competência digital:** No contexto atual, é essencial que os profissionais sejam capazes de manejar ferramentas digitais para otimizar o gerenciamento da logística, desde o uso de softwares especializados até a implementação de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial e a Internet das coisas.
- ♦ **Pensamento estratégico:** Desenvolvem a capacidade de projetar e implementar estratégias logísticas alinhadas aos objetivos do negócio, promovendo o crescimento e a competitividade da organização



Após concluir o Advanced Master, você poderá usar seus conhecimentos e habilidades nos seguintes cargos:

- 1. Diretor de Logística:** Especialista no gerenciamento das operações logísticas de uma empresa, otimizando a cadeia de suprimentos e garantindo a eficiência na distribuição de produtos.
- 2. Gerente da cadeia de suprimentos:** Profissional responsável por supervisionar e coordenar todas as etapas da cadeia de suprimentos, desde a aquisição de matérias-primas até a entrega do produto final ao cliente.
- 3. Coordenador de Operações Logísticas:** Responsável pela coordenação das atividades logísticas diárias, garantindo o cumprimento dos prazos e a otimização dos recursos disponíveis.
- 4. Analista de logística:** Especialista na análise de processos logísticos, identificando áreas de melhoria e propondo soluções inovadoras para aumentar a eficiência.
- 5. Gerente de transporte:** Responsável pelo gerenciamento e supervisão das operações de transporte, garantindo a conformidade com os regulamentos e a otimização de rotas.
- 6. Consultor de logística:** Assessora empresas na otimização de seus processos logísticos, na implementação de novas tecnologias e no aprimoramento da cadeia de suprimentos.
- 7. Especialista em comércio internacional:** Responsável por gerenciar e otimizar a logística em operações de comércio internacional, incluindo a coordenação de importações e exportações.
- 8. Gerente de armazém:** Responsável pela gestão eficiente de armazéns, controle de estoque e supervisão de operações de armazenamento ou distribuição.
- 9. Gerente de compras e aquisições:** Responsável por gerenciar a aquisição e o fornecimento de materiais necessários para a empresa, negociando com fornecedores e garantindo a qualidade e o custo adequado dos insumos.
- 10. Gerente de projetos de logística:** Responsável pelo planejamento, execução e supervisão de projetos logísticos específicos, garantindo o cumprimento das metas de tempo, custo e qualidade.



Você aconselhará as organizações a melhorar seus processos logísticos e implementará tecnologias emergentes para automatizar as tarefas mais tediosas”

06

Metodologia de estudo

A TECH é a primeira universidade do mundo a unir a metodologia dos **case studies** com o **Relearning**, um sistema de aprendizado 100% online baseado na repetição guiada.

Essa estratégia de ensino inovadora foi projetada para oferecer aos profissionais a oportunidade de atualizar conhecimentos e desenvolver habilidades de forma intensiva e rigorosa. Um modelo de aprendizagem que coloca o aluno no centro do processo acadêmico e lhe dá o papel principal, adaptando-se às suas necessidades e deixando de lado as metodologias mais convencionais.



“

A TECH prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”

O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas levando-se em conta as demandas de tempo, disponibilidade e rigor acadêmico que, atualmente, os alunos, bem como os empregos mais competitivos do mercado, exigem.

Com o modelo educacional assíncrono da TECH, é o aluno quem escolhe quanto tempo passa estudando, como decide estabelecer suas rotinas e tudo isso no conforto do dispositivo eletrônico de sua escolha. O aluno não precisa assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não poderá comparecer. As atividades de aprendizado serão realizadas de acordo com sua conveniência. O aluno sempre poderá decidir quando e de onde estudar.

“

*Na TECH, o aluno NÃO terá aulas ao vivo
(das quais poderá nunca participar)”*



Os programas de ensino mais abrangentes do mundo

A TECH se caracteriza por oferecer os programas acadêmicos mais completos no ambiente universitário. Essa abrangência é obtida por meio da criação de programas de estudo que cobrem não apenas o conhecimento essencial, mas também as últimas inovações em cada área.

Por serem constantemente atualizados, esses programas permitem que os alunos acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as habilidades mais valorizadas pelos empregadores. Dessa forma, os alunos da TECH recebem uma preparação abrangente que lhes dá uma vantagem competitiva significativa para avançar em suas carreiras.

Além disso, eles podem fazer isso de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.

“

O modelo da TECH é assíncrono, portanto, você poderá estudar com seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser e pelo tempo que quiser”

Case studies ou Método de caso

O método de casos tem sido o sistema de aprendizado mais amplamente utilizado pelas melhores escolas de negócios do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, sua função também era apresentar a eles situações complexas da vida real. Assim, eles poderiam tomar decisões informadas e fazer julgamentos de valor sobre como resolvê-los. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Com esse modelo de ensino, é o próprio aluno que desenvolve sua competência profissional por meio de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, usados por outras instituições renomadas, como Yale ou Stanford.

Esse método orientado para a ação será aplicado em toda a trajetória acadêmica do aluno com a TECH. Dessa forma, o aluno será confrontado com várias situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões. A premissa era responder à pergunta sobre como eles agiriam diante de eventos específicos de complexidade em seu trabalho diário.



Método Relearning

Na TECH os *case studies* são alimentados pelo melhor método de ensino 100% online: o *Relearning*.

Esse método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo o melhor conteúdo em diferentes formatos. Dessa forma, consegue revisar e reiterar os principais conceitos de cada matéria e aprender a aplicá-los em um ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com várias pesquisas científicas, a repetição é a melhor maneira de aprender. Portanto, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave dentro da mesma lição, apresentadas de uma forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.



Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar sua metodologia de forma eficaz, a TECH se concentra em fornecer aos alunos materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são projetados por professores qualificados que concentram seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas por meio de simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e o aprendizado baseado na repetição, por meio de áudios, apresentações, animações, imagens etc.

As evidências científicas mais recentes no campo da neurociência apontam para a importância de levar em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acessado antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A capacidade de ajustar essas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a lembrar e armazenar o conhecimento no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo chamado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é aplicado conscientemente nesse curso universitário.

Por outro lado, também para favorecer ao máximo o contato entre mentor e mentorado, é oferecida uma ampla variedade de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real quanto em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefônico, contato por e-mail com a secretaria técnica, bate-papo, videoconferência etc.).

Da mesma forma, esse Campus Virtual muito completo permitirá que os alunos da TECH organizem seus horários de estudo de acordo com sua disponibilidade pessoal ou obrigações de trabalho. Dessa forma, eles terão um controle global dos conteúdos acadêmicos e de suas ferramentas didáticas, em função de sua atualização profissional acelerada.



O modo de estudo online deste programa permitirá que você organize seu tempo e ritmo de aprendizado, adaptando-o à sua agenda”

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os alunos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade intelectual através de exercícios de avaliação de situações reais e de aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas, permitindo ao aluno integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e eficiente, graças à abordagem de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.

A metodologia universitária mais bem avaliada por seus alunos

Os resultados desse modelo acadêmico inovador podem ser vistos nos níveis gerais de satisfação dos alunos da TECH.

A avaliação dos alunos sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos do curso é excelente. Não é de surpreender que a instituição tenha se tornado a universidade mais bem avaliada por seus alunos na plataforma de avaliação Trustpilot, com uma pontuação de 4,9 de 5.

Acesse o conteúdo do estudo de qualquer dispositivo com conexão à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato da TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.

Você poderá aprender com as vantagens do acesso a ambientes de aprendizagem simulados e com a abordagem de aprendizagem por observação, ou seja, aprender com um especialista.



Assim, os melhores materiais educacionais, cuidadosamente preparados, estarão disponíveis neste programa:



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online, com as técnicas mais recentes que nos permitem lhe oferecer a melhor qualidade em cada uma das peças que colocaremos a seu serviço.



Práticas de aptidões e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no âmbito da globalização.



Resumos interativos

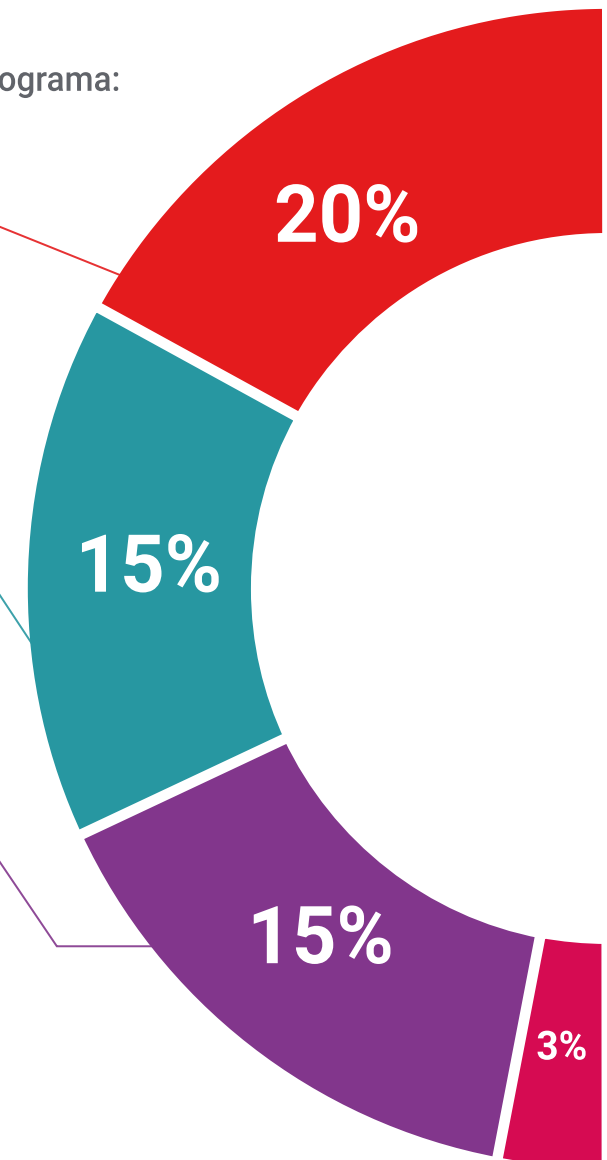
Apresentamos os conteúdos de forma atraente e dinâmica em pílulas multimídia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais com o objetivo de reforçar o conhecimento.

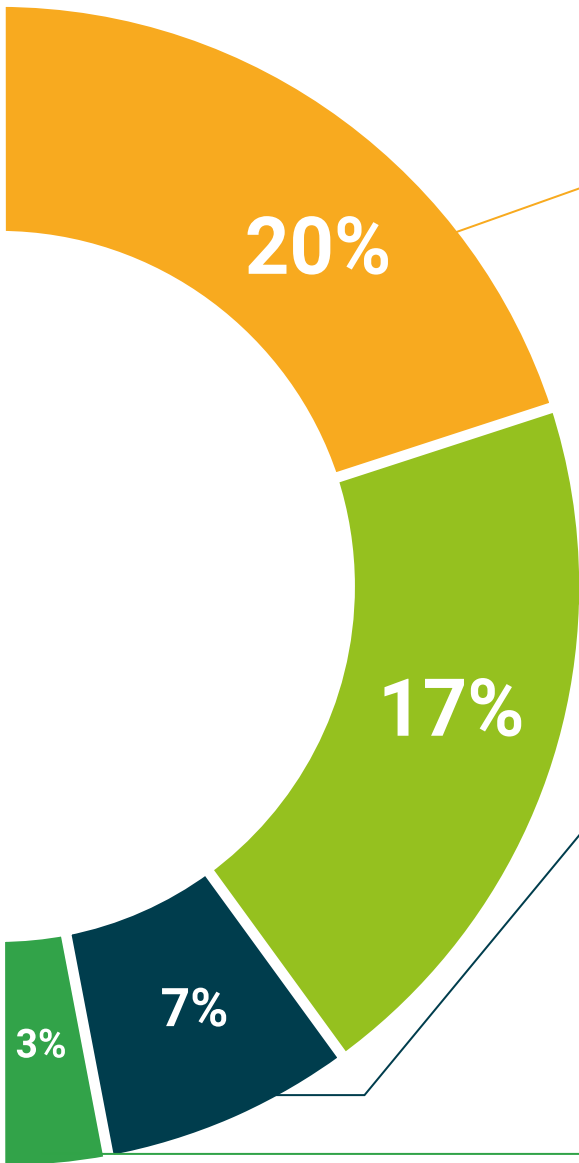
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual do estudante você terá acesso a tudo o que for necessário para completar sua capacitação.





Case Studies

Você concluirá uma seleção dos melhores *case studies* da disciplina. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemos isso em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.
O *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e aumenta nossa confiança para tomar decisões difíceis no futuro.



Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



07

Equipe de professores

A premissa principal da TECH baseia-se em disponibilizar a todos os programas universitários mais abrangentes, renovados e pragmáticos do mercado acadêmico. Por isso, seleciona rigorosamente seus diferentes professores. Para a realização desse Advanced Master, a empresa reuniu os melhores especialistas na área de Alta Gestão de Logística. Esses profissionais têm um extenso histórico de trabalho, no qual desenvolveram soluções inovadoras para otimizar a cadeia de suprimentos de várias organizações. Graças a isso, os alunos desfrutarão de uma experiência intensiva que lhes permitirá dar um salto significativo de qualidade em suas carreiras profissionais.



“

Você desfrutará da orientação personalizada da equipe de professores, formada por profissionais com ampla experiência em Alta Gestão de Logística”

Diretor Internacional Convidado

Mahmoud Shama possui experiência de longa data na liderança e gestão de cadeias de suprimentos. Seu histórico é reconhecido internacionalmente por sua capacidade de implementar estratégias abrangentes que otimizam custos, aumentam a eficiência, garantem a conformidade regulatória e proporcionam um alto nível de qualidade de serviço e satisfação do cliente.

Em sua carreira profissional dedicada ao campo da Logística, ele trabalhou em diferentes tarefas. Isso inclui planejamento de demanda e suprimento, também na aplicação de chaves de S&OP, controle de estoque, compras, armazenamento, análise de rede, entre outros. Ao mesmo tempo, esse especialista é caracterizado por uma capacidade inquestionável de liderança e motivação dos funcionários sob sua responsabilidade. Assim, tornou-se um ponto de referência para as multinacionais mais importantes do mundo.

Na Red Bull, Mahmoud Shama ocupou diversos cargos, principalmente o de gerente sênior da cadeia de suprimentos. Especificamente, concentrou-se em melhorar a precisão das previsões e minimizar o desperdício. Ao mesmo tempo, garantiu o desenvolvimento de uma rigorosa gestão de inventários.

Outras corporações em que esse especialista trabalhou incluem a Mondelēz International, como Diretor de Planejamento de Demanda para a América do Norte e como Gerente Sênior de Atendimento ao Cliente e Logística. A partir dessas posições, liderou a estratégia geral para XC&L, supervisionando a fabricação externa de alguns dos produtos mais distintos da marca. Além disso, seu tempo em outras marcas, como Johnson & Johnson, Kraft Foods Group, Cadbury ou PepsiCo, permitiu que ela acumulasse conhecimento direto e perspectivas sobre as diferentes metodologias e tecnologias que promovem ambientes operacionais mais produtivos e organizados. Além disso, ele possui um MBA em Negócios o que, combinado com sua experiência técnica, reforça sua visão empresarial.



Sr. Mahmoud Shama

- ♦ Diretor sênior de cadeia de suprimentos, Red Bull, Califórnia, EUA
- ♦ Diretor de Planejamento de Demanda na América do Norte na Mondelēz International
- ♦ Diretor de Planejamento Global e S&OP da Johnson & Johnson
- ♦ Diretor de Atendimento ao Cliente e Logística da Mondelēz International
- ♦ Diretor de suprimentos de produtos e líder de S&OP no Kraft Foods Group
- ♦ Diretor de Planejamento, S&OP e Projetos MENA na Cadbury.
- ♦ Diretor de Planejamento e Compras de Materiais da PepsiCo
- ♦ MBA em Negócios pela Escola de Administração de Maastricht
- ♦ Formado em Engenharia Mecânica pela Universidade Americana do Cairo

“

Graças à TECH você será capaz de aprender com os melhores profissionais do mundo”

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência na criação e liderança de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira, ele ocupou cargos de liderança em várias organizações de tecnologia em empresas da **Fortune 50**, incluindo a **NBCUniversal** e **Comcast**. Seu histórico permitiu que ele se destacasse em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-Presidente de Aquisição de Talentos** da **Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da integração de talentos, colaborando com os líderes de negócios e gerentes de **Recursos Humanos** para atingir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em particular, o objetivo é **criar equipes diversificadas, inclusivas** e de **alto desempenho** que impulsionam a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, ela é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Também é responsável por **ampliar a marca do empregador** e a proposta de valor da Mastercard por meio de publicações, eventos e mídia social.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para o recrutamento de vários funcionários em diferentes empresas. Depois de se formar em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ela ocupou cargos de recrutamento sênior em empresas de diversas áreas.

Além disso, foi reconhecida por sua capacidade de liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Também implementou com sucesso programas de **bem-estar ocupacional** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção dos funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos, Mastercard, Nova York, EUA
- Diretora de Aquisição de Talentos, NBCUniversal, Nova York, EUA
- Responsável pelo recrutamento da Comcast
- Chefe de recrutamento da Rite Hire Advisory
- Vice-presidente executiva da divisão de vendas da Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoas da Valerie August & Associates
- Executiva de contas da BNC
- Executiva de contas na Vault
- Formada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional”

Diretor Internacional Convidado

Líder em tecnologia com décadas de experiência no setor das principais multinacionais de tecnologia, Rick Gauthier desenvolveu-se de forma proeminente no campo de serviços na nuvem e aprimoramento de processos de ponta a ponta. Foi reconhecida como um líder e gerente de equipe altamente eficiente, demonstrando um talento natural para garantir um alto nível de comprometimento entre seus funcionários.

Possui um dom inato para a estratégia e a inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua carreira em Amazon permitiu que ela gerenciasse e integrasse os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na Microsoft liderou uma equipe de 104 pessoas, responsável por fornecer infraestrutura de TI para toda a empresa e dar suporte aos departamentos de engenharia de produtos em toda a empresa.

Essa experiência permitiu que ele se destacasse como um gerente de alto impacto com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral do cliente.



Sr. Rick Gauthier

- Gerente regional de TI na Amazon, Seattle, EUA
- Gerente de programa sênior na Amazon
- Vice-presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia de Produtividade da Microsoft
- Formado em segurança cibernética pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Graduação em Estudos Ambientais pela The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é uma especialista de renome internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo de sua longa carreira, ele assumiu muitos riscos e é um **defensor da inovação e da mudança** no ambiente de negócios. Com essa experiência, ele trabalhou com CEOs e organizações corporativas em todo o mundo, incentivando-os a se afastarem dos modelos de negócios tradicionais. Ele ajudou empresas como a energética Shell a se tornarem **verdadeiras líderes de mercado**, com foco em seus **clientes e no mundo digital**.

As estratégias elaboradas por Arman têm um impacto latente, pois permitiram que várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, a equipe e os acionistas** por igual. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis, como o **CSAT**, o **envolvimento dos funcionários** nas instituições em que ele trabalhou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Também criou e liderou **equipes de alto desempenho** que chegaram a receber prêmios por seu **potencial transformador**. Especificamente com a Shell, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: atender às complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, apoiar a **“descarbonização econômica”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital e tecnológico**. Assim, seus esforços mostraram que, para alcançar o sucesso sustentável, é essencial partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação de processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o executivo se destaca por seu domínio das **aplicações comerciais da Inteligência Artificial**, assunto no qual possui pós-graduação pela London Business School. Ao mesmo tempo, a empresa acumulou experiência em **IoT e o Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- ♦ Diretor de Transformação Digital (CDO) na Energética Shell, Londres, Reino Unido
- ♦ Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Corporação Energética Shell
- ♦ Gerente nacional de contas-chave (OEMs e varejistas automotivos) para a Shell em Kuala Lumpur, Malásia.
- ♦ Consultor de Gestão Sênior (Setor de Serviços Financeiros) para a Accenture de Cingapura
- ♦ Formado na Universidade de Harvard
- ♦ Diploma de Pós-Graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores. Escola de Negócios de Londres
- ♦ Certificação Profissional de Experiência do Cliente CCXP
- ♦ Curso Executivo de Transformação Digital do IMD

“

Deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH oferece o conteúdo mais atualizado do mercado acadêmico, elaborado por especialistas de renome internacional”

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. De fato, Arens ocupa o cargo de gerente global de compras na divisão de Infraestrutura Técnica e Centro de Dados do Google, onde passou a maior parte de sua carreira. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como integridade de dados mestres, atualizações de dados de fornecedores e priorização de dados de fornecedores. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo marketing, **análise de mídia**, mensuração e **atribuição**. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o Prêmio de Liderança BIM, o Prêmio de Liderança em Pesquisa, o Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação e o Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como **Gerente de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como **Analista Sênior** do Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos **fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios** que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Ele também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gerenciamento de contas e cadeia de suprimentos. Ele é particularmente conhecido por seu trabalho para superar continuamente as expectativas, criando relacionamentos valiosos com os clientes e trabalhando perfeitamente com pessoas de todos os níveis de uma organização, incluindo partes interessadas, gerência, membros da equipe e clientes. Sua abordagem orientada por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escalonáveis para os desafios do setor o tornaram um líder proeminente em sua área.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras em Google, View, Estados Unidos
- Principal responsável pela análise e tecnologia B2B do Google, Estados Unidos
- Diretor de vendas do Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior do Google, Alemanha
- Gerente de contas do Google, Irlanda
- Contas a pagar em Eaton, Reino Unido
- Gerente da cadeia de suprimentos da Airbus, Alemanha

“

Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de renome internacional na área”

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um executivo de Marketing cujos projetos tiveram um **impacto significativo no ambiente da moda**. Ao longo de sua carreira de sucesso, ele desenvolveu uma variedade de tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**. Tudo isso, vinculado a com marcas de prestígio, como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados desse gerente internacional **de alto nível** foram associados à sua capacidade **sintetizar informações** em marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alinhadas a objetivos **empresariais específicos**. Além disso, ele é reconhecido por sua **proatividade e adaptabilidade ao ritmo acelerado** de trabalho. A tudo isso, esse especialista acrescenta uma forte **consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão por produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** da **Giorgio Armani**, ele supervisionou várias **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Além disso, suas táticas têm se concentrado nas necessidades e no comportamento do varejo e as **necessidades e o comportamento do consumidor**. Nessa posição, La Sala também foi responsável por moldar o marketing de produtos em diferentes mercados, atuando como **líder de equipe** nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como a **Calvin Klein** ou o **Gruppo Coin**, ele realizou projetos para impulsionar a **estrutura, o desenvolvimento e a comercialização** de diferentes coleções. Ao mesmo tempo, foi encarregado de criar **calendários eficazes** para as campanhas de compra e venda. Ele também foi responsável pelos **termos, custos, processos e prazos de entrega** de várias operações.

Essas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos **líderes corporativos da Moda e o Luxo**. Uma alta capacidade gerencial com a qual foi capaz de implementar efetivamente o **posicionamento positivo** de diferentes marcas e redefinir seus KPIs.



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising da Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising e Calvin Klein
- Gerente de marca no Gruppo Coin
- Brand Manager em Dolce&Gabbana
- Brand Manager em Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de mercado na Fastweb
- Formado em Administração de Empresas e Economia pela Universidad degli Studi de Piemonte Oriental

“

Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para lhe oferecer um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo de **Inteligência Empresarial** em nível internacional. Sua carreira de sucesso está ligada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, ele é conhecido por sua visão na **identificação de tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

Por outro lado, o executivo é considerado **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificam conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitando a tomada de decisões. **Essa habilidade tornou-se o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações comprometidas com a coleta de informações e a geração de ações concretas com base nelas.**

Um de seus projetos mais proeminentes nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, la maior do gênero no mundo, ancorada na nuvem para **análise de Big Data**. Também foi **Diretor de Business Intelligence na Red Bull**, abrangendo áreas como Vendas, Distribuição, Marketing e Operações da Cadeia de Suprimentos. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua constante inovação no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de compradores e canais.

Em termos de formação, o gestor tem vários estudos de mestrado e pós-graduação em centros de prestígio, como a **Universidade de Berkeley, nos Estados Unidos**, e na **Universidade de Copenhague, na Dinamarca**. Por meio dessa atualização contínua, o especialista alcançou as competências mais avançadas. **Por isso, ele passou a ser visto como um líder nato da nova economia mundial, na busca por dados e suas infinitas possibilidades.**



Sr. Michk Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análises na Red Bull, Los Angeles, EUA
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista sênior na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para SAS
- Educação executiva em IA e aprendizado de máquina na Faculdade de Engenharia da Universidade da Califórnia em Berkeley
- MBA Executivo em comércio eletrônico na Universidade de Copenhague
- Formado e Mestre em Matemática e Estatística pela Universidade de Copenhague

“

Matricule-se agora na melhor universidade online do mundo, de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de renome internacional”

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um ilustre especialista no setor de **Marketing Digital** que, há mais de 19 anos, está ligado a uma das empresas mais poderosas do setor de entretenimento, **Warner Bros. Discovery**. Nessa função, ele desempenhou um papel fundamental na **supervisão de logística e fluxos de trabalho criativo** em várias plataformas digitais, incluindo mídia social, pesquisa, exibição e mídia linear.

A liderança desse executivo foi crucial na condução de **estratégias de produção de mídia paga**, resultando em uma melhoria acentuada **nas taxas de conversão** de sua empresa. Ao mesmo tempo, ele assumiu outras funções, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua gestão anterior.

Stevenson também esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável pela introdução de estratégias operacionais relacionadas à modelagem, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Além disso, o especialista é bacharel em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e mestre em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra suas habilidades em **comunicação e narração**. Além disso, ele participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de ponta sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Por isso, seu perfil profissional é um dos mais relevantes na área atual de **Marketing** e os Meios Digitais.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital da Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de tráfego da Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita criativa pela Universidade de Califórnia
- Formada em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA lhe orientarão durante todo o processo de aprendizado”

Diretora Internacional Convidada

Vencedora do International Content Marketing Awards por sua criatividade, liderança e conteúdo informativo de qualidade, Wendy Thole-Muir é uma renomada **Diretora de Comunicações** altamente especializada na área de **gerenciamento de reputação**.

Nesse sentido, ele desenvolveu uma sólida carreira profissional de mais de duas décadas nesse campo, o que o levou a fazer parte de entidades de referência internacional de prestígio, como **Coca-Cola**. A função envolve a supervisão e o gerenciamento da comunicação corporativa, bem como o controle da imagem organizacional. Suas principais contribuições incluem liderar a implementação da **plataforma de interação interna Yammer**. Como resultado, os funcionários aumentaram seu compromisso com a marca e criaram uma comunidade que melhorou significativamente a transmissão de informações.

Além disso, foi encarregado de gerenciar a comunicação dos investimentos estratégicos das **empresas em diferentes países** africanos. Gerenciou diálogos sobre investimentos significativos no Quênia, demonstrando o compromisso das entidades com o desenvolvimento econômico e social do país. Por sua vez, alcançou inúmeros **reconhecimentos** por sua capacidade de gerenciar as percepções das empresas em todos os mercados em que atua. Dessa forma, garantiu que as empresas mantivessem um perfil elevado e que os consumidores as associassem à alta qualidade.

Além disso, em seu firme compromisso com a excelência, tem participado ativamente de renomadas **conferências** e **simpósios** globais com o objetivo de ajudar os profissionais da informação a permanecerem na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para o **desenvolvimento de planos de comunicação estratégica** bem-sucedidos. Assim, ajudou vários especialistas a antecipar situações de crise institucional e gerenciar eventos adversos de forma eficaz.



Sra. Wendy Thole-Muir

- Diretora de Comunicações Estratégicas e Reputação Corporativa na Coca-Cola, África do Sul
- Diretora de Reputação Corporativa e Comunicações da ABI na SABMiller de Lovania, Bélgica
- Consultora de comunicações na ABI, Bélgica
- Consultora de reputação e comunicação da Third Door em Gauteng, África do Sul
- Mestre em Estudos de Comportamento Social pela Universidade da África do Sul
- Mestre em Sociologia e Psicologia pela Universidade da África do Sul
- Formada em Ciências Políticas e Sociologia Industrial pela Universidade de KwaZulu-Natal
- Formada em Psicologia pela Universidade da África do Sul



Graças a esse curso universitário 100% online, você poderá combinar seus estudos com suas tarefas diárias, com a ajuda dos principais especialistas internacionais na área de seu interesse. Faça sua matrícula agora!"

08

Certificado

O Advanced Master em Alta Gestão de Logística garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Advanced Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica



“

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

Este **Advanced Master em Alta Gestão de Logística** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

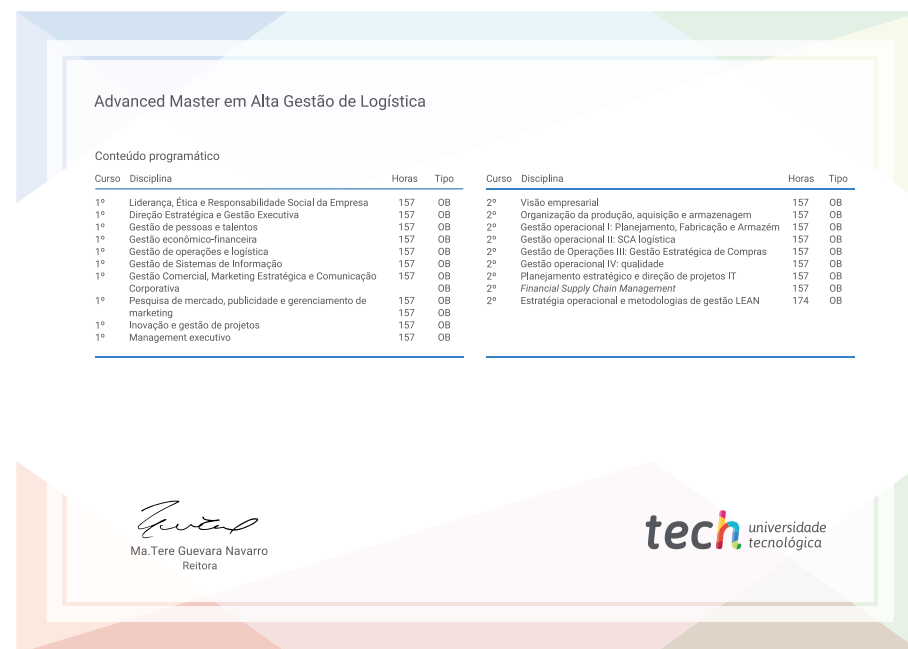
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Advanced Master em Alta Gestão de Logística**

Modalidade: **online**

Duração: **2 anos**



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



Advanced Master Alta Gestão de Logística

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Advanced Master

Alta Gestão de Logística

