

# Mestrado Próprio Semipresencial

## Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer)





## Mestrado Próprio Semipresencial

### Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer)

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: [www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-gestao-comercial-marketing-cro-chief-revenue-officer](http://www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-gestao-comercial-marketing-cro-chief-revenue-officer)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Por que fazer este Mestrado  
Próprio Semipresencial?

---

*pág. 8*

03

Objetivos

---

*pág. 12*

04

Competências

---

*pág. 16*

05

Direção do curso

---

*pág. 20*

06

Conteúdo programático

---

*pág. 24*

07

Estágio

---

*pág. 34*

08

Onde posso realizar o  
Estágio?

---

*pág. 40*

09

Metodologia

---

*pág. 44*

10

Certificado

---

*pág. 52*

# 01

# Apresentação

O campo dos negócios é altamente competitivo. A globalização tem favorecido o comércio internacional, e o avanço das novas tecnologias criou novos hábitos de consumo. Por isso, as estratégias para atrair o público-alvo têm evoluído ao longo dos anos. Neste ponto, o papel do diretor comercial e de marketing torna-se relevante, pois ele é a pessoa responsável por garantir que as campanhas e estratégias implementadas atendam aos requisitos do mercado. Com esta certificação da TECH, oferece-se aos alunos uma oportunidade única para aprimorar suas qualificações neste setor, atingindo um nível de competência superior que abrirá portas para o mundo dos negócios.



“

*As equipes comerciais e de Marketing precisam seguir uma série de estratégias para atingir os objetivos da empresa. Seu trabalho como diretor nessas áreas será essencial para garantir que todos os processos sejam cumpridos"*

As empresas enfrentam, diariamente, novos desafios. Adaptar-se às mudanças e exigências do mercado e lutar por maior competitividade são tarefas que não podem ser negligenciadas a qualquer momento. Para alcançar isso, é essencial contar com as áreas de vendas e Marketing, fundamentais em qualquer grande empresa que busca um crescimento significativo. Dessa forma, obter um impulso eficaz desses departamentos permitirá às empresas adquirir uma grande vantagem competitiva. No entanto, para que isso seja eficaz, é necessário que os gestores tenham claros os objetivos de sua empresa e saibam para onde direcionar seus esforços para obter um maior apoio dos consumidores.

Com isso em mente, a TECH decidiu criar este Mestrado Próprio, que oferece aos alunos uma especialização teórico-prática para que eles possam aprender sobre os aspectos mais relevantes de vendas e Marketing, mas, acima de tudo, é uma oportunidade única para aprender e desenvolver as habilidades de liderança que eles terão que colocar em prática durante sua vida profissional. Para isso, os estudantes terão acesso, inicialmente, a um Mestrado Próprio com duração de um ano, que será cursado online.

Com este plano de estudos, os alunos se especializarão em diferentes aspectos relacionados aos negócios, como *Management* e liderança, logística, pesquisa de mercado, direção comercial e diferentes áreas do Marketing. Assim, poderão adquirir um conhecimento profundo sobre tudo que envolve esse setor. Este programa contará com uma variedade de recursos teórico-práticos, exercícios multimídia e uma metodologia didática inovadora que favorecerá a aprendizagem do aluno.

Após concluir esta parte do ensino, o profissional terá a oportunidade de participar de um estágio prático intensivo, com duração de 3 semanas, na qual o aluno fará parte de uma equipe real de trabalho, conhecendo de perto como o trabalho nos departamentos de vendas e Marketing é realizado, assim como os benefícios reais que essas áreas proporcionam às suas empresas. Sem dúvida, este é o programa mais completo que os alunos poderão encontrar no mercado para obter uma especialização superior, alcançando um elevado nível de competência que poderão colocar em prática ao ingressar no mercado de trabalho.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer)** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por especialistas em gestão comercial e de Marketing
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações específicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Planos abrangentes para ação sistematizada no campo de negócios
- ♦ Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre situações apresentadas.
- ♦ Guias práticos para o uso das principais ferramentas de Marketing
- ♦ Sua ênfase especial nas metodologias mais inovadoras para a aplicação de técnicas de liderança nos negócios
- ♦ Aulas teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet
- ♦ Além disso, será possível fazer um estágio profissional em um dos melhores centros do setor



*Esta especialização oferecerá as ferramentas essenciais para alcançar cargos de alta direção empresarial, proporcionando, conseqüentemente, oportunidades salariais mais elevadas”*



“

*Suas habilidades gerenciais permitirão que você dê um impulso à sua carreira profissional, obtendo acesso às empresas mais renomadas em nível internacional”*

Nesta proposta de Mestrado Próprio, de natureza profissional e modalidade de aprendizagem semipresencial, o programa se destina a atualizar profissionais de negócios que exigem um alto nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e orientados de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática diária. Dessa forma, os elementos teóricos e práticos facilitarão a atualização do conhecimento e permitirão a tomada de decisões em ambientes complexos.

Graças ao seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, eles permitirão que o aluno obtenha um aprendizado situado e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um aprendizado imersivo programado para capacitar em situações reais. A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, por meio da qual os estudantes devem tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem ao longo do programa. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeos interativos, produzido por especialistas reconhecidos.

*Aposte no Marketing Digital como o principal método para atingir seu público-alvo.*

*Graças às habilidades de gestão que você poderá desenvolver neste programa, suas equipes alcançarão um desempenho mais elevado.*



# 02

## Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Estudar este programa é essencial para todos os profissionais que desejam atualizar seus conhecimentos sobre Gestão Comercial e Marketing. A certificação apresenta os conteúdos mais inovadores relacionados a esses setores no ambiente empresarial. Além disso, destaca-se por sua abordagem didática dupla. De um lado, oferece disciplinas teóricas de grande relevância para esse contexto profissional e, em seguida, inclui um estágio prático de alta qualidade que auxiliará o estudante a consolidar seu domínio sobre esses temas.







“

*Com a TECH, você adquirirá um conhecimento profundo de logística financeira e o aplicará imediatamente em seu trabalho diário"*

### **1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível**

As mais recentes ferramentas digitais para a Gestão de Marketing estão disponíveis para os alunos do TECH por meio desse curso inovador. Além disso, eles poderão examinar diretamente todas as tecnologias que possibilitam a gestão comercial adequada nas empresas do século XXI.

### **2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas**

Ao longo desse programa, a TECH contará com o apoio de grandes especialistas. Esses profissionais serão responsáveis por supervisionar o progresso acadêmico dos estudantes durante a fase teórica deste Mestrado Próprio Semipresencial. Simultaneamente, os responsáveis por monitorar sua prática profissional em centros de alto nível os auxiliarão a adquirir as competências mais demandadas pelo mercado de trabalho.

### **3. Ter acesso a ambientes empresariais de ponta**

Após examinar as empresas mais reconhecidas no mercado por sua gestão inovadora na área comercial e Marketing, a TECH escolheu um grupo delas para receber seus estudantes. Isso dará origem a um estágio profissional 100% prático e intensivo, na qual o aluno terá acesso aos melhores conhecimentos, orientado por profissionais competitivos e tecnologias de ponta.







#### **4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada**

Ao longo de 3 semanas de prática profissional, o aluno realizará tarefas de alto nível desde o primeiro momento. Esse aprendizado prático e imersivo facilitará a compreensão das responsabilidades e dinâmicas operacionais mais complexas das gestões Comercial e de Marketing das empresas.

#### **5. Ampliar as fronteiras do conhecimento**

A TECH possui um amplo número de convênios e contatos por meio dos quais organizou a capacitação prática deste Mestrado Próprio Semipresencial. Através dessas parcerias, os estudantes terão acesso a empresas internacionais e, por meio delas, dominarão os padrões mais globais desta área profissional.

“

*Você irá vivenciar uma  
imersão prática completa  
na clínica que escolher”*

# 03 Objetivos

O principal objetivo deste Mestrado Próprio Semipresencial da TECH é oferecer aos alunos uma especialização completa em que a teoria seja tão importante quanto a prática. Dessa forma, a combinação de ambas favorecerá a aprendizagem do aluno, proporcionando-lhe as competências necessárias para ter sucesso em sua carreira profissional. Ao concluir o curso, o aluno estará capacitado para liderar equipes de trabalho nas áreas comercial e de Marketing, alcançando as metas da empresa.







“

*Realizar campanhas de Marketing bem-sucedidas dará à sua empresa uma vantagem competitiva”*





## Objetivo geral

---

- Graças à conclusão deste Mestrado Próprio Semipresencial da TECH, o aluno será capaz de desenvolver habilidades de liderança indispensáveis para assumir a liderança dos departamentos comercial e de Marketing de grandes empresas multinacionais. Dessa forma, eles aprenderão, de maneira prática, todos os aspectos a serem considerados ao liderar equipes de trabalho, buscando seu desempenho máximo e os maiores benefícios possíveis para seus negócios.





## Objetivos específicos

---

- ♦ Integrar a visão e objetivos gerais da empresa com as políticas e estratégias de Marketing, adaptando a empresa às necessidades do mercado e dos clientes
- ♦ Implementar os métodos de pesquisa de mercado mais adequados e analisar diversas fontes de dados para aplicar políticas e estratégias comerciais na empresa
- ♦ Identificar oportunidades, ameaças e mudanças no ambiente competitivo e agir com agilidade diante dessas mudanças no mercado, nos canais e na concorrência
- ♦ Definir, executar e liderar uma estratégia de marketing bem-sucedida, dominando as ferramentas do processo de marketing e utilizando-as em benefício da empresa
- ♦ Criar estratégias focadas no cliente que ofereçam propostas de valor personalizadas
- ♦ Desenvolver habilidades de gestão que permitam criar e liderar equipes de vendas que gerem valor agregado à organização
- ♦ Adquirir habilidades de liderança que permitirão liderar equipes comerciais e de marketing
- ♦ Possuir conhecimentos profundos em gestão logística e financeira da empresa
- ♦ Realizar pesquisas de mercado para compreender as mudanças no mercado e os comportamentos de compra que podem definir a estratégia de marketing
- ♦ Ser capaz de dirigir a gestão comercial da empresa
- ♦ Planejar e conduzir campanhas de vendas
- ♦ Formar equipes de vendedores de alto nível por meio de técnicas de coaching e inteligência emocional
- ♦ Gerenciar todo o processo de vendas
- ♦ Realizar estratégias de Marketing destinadas à comercialização de produtos e fidelização de clientes
- ♦ Atingir uma visão internacional da gestão comercial e de Marketing
- ♦ Usar os meios digitais para aumentar a conscientização da empresa e seus produtos, bem como para realizar processos de venda



*Gerencie com sucesso  
as transações comerciais  
de sua empresa e  
maximize os lucros"*

# 04 Competências

Este Mestrado Próprio Semipresencial da TECH oferece aos alunos a oportunidade de aprimorar sua qualificação para a alta administração empresarial, com foco nas áreas comercial e Marketing. Dessa forma, ao concluírem o programa, os estudantes estarão aptos a elaborar, implementar e gerenciar estratégias e campanhas comerciais e de Marketing que promovam a realização dos objetivos da empresa. Sem dúvida, uma oportunidade de crescimento para aqueles que desejam direcionar sua carreira para essa área profissional.





“

*Adquira as habilidades necessárias  
para liderar equipes em grandes  
empresas no mercado internacional”*



## Competências gerais

---

- Desenvolver campanhas de Marketing em diferentes plataformas para promover o conhecimento e o crescimento da empresa
- Controlar as campanhas comerciais das empresas em que trabalhe
- Gerenciar equipes de trabalho que alcancem os objetivos da empresa

“

*Por meio desse programa, você aplicará técnicas profissionais de SEM e SEO às campanhas de marketing da sua empresa”*







## Competências específicas

---

- ♦ Desenvolver habilidades de liderança que permitam liderar adequadamente equipes de trabalho na área de Marketing
- ♦ Desenvolver e implementar uma estratégia competitiva que promova o crescimento da empresa em relação aos concorrentes
- ♦ Realizar um diagnóstico financeiro da empresa para analisar sua viabilidade
- ♦ Gerenciar a logística de compras
- ♦ Realizar pesquisa de mercado em nível nacional e internacional
- ♦ Elaborar e gerenciar campanhas de Marketing
- ♦ Conduzir negociações comerciais, aplicando técnicas de inteligência emocional, automotivação e empatia
- ♦ Possuir conhecimentos profundos nas diferentes áreas do Marketing
- ♦ Aplicar as técnicas SEM e SEO nas campanhas de Marketing
- ♦ Aplicar os mais altos padrões de qualidade em todos os processos conduzidos pela empresa

05

# Direção do curso

O corpo docente deste Mestrado Próprio Semipresencial se destaca de qualquer outro disponível em programas semelhantes no mercado educacional. Todos eles possuem uma vasta experiência em Gestão Comercial e Marketing de empresas. A TECH os escolheu pelos seus resultados e habilidades no uso de ferramentas digitais que facilitam esse tipo de tarefas. Este corpo docente foi responsável por elaborar um currículo inovador de estudos, no qual foram incorporadas as disciplinas mais atualizadas desse setor.



“

*A TECH escolheu os melhores professores para esse Mestrado Próprio Semipresencial e eles serão responsáveis por oferecer a você, em todos os momentos, um guia educacional personalizado"*

## Direção



### Sr. Adolfo López Rausell

- ♦ Consultor Independente na KMC
- ♦ Comercial e Técnico de Pesquisa na Investgroup
- ♦ Consultor de Marketing na Alcoworking
- ♦ Gerente do Clube de Inovação da Comunidade Valenciana
- ♦ Formado em Ciências Econômicas e Estudos Empresariais pela Universidade de Valência
- ♦ Curso de Marketing pela Escola de Negócios ESEM
- ♦ Membro da AECTA (membro do Conselho de Administração), AINACE (membro do Conselho de Administração), Club Marketing Valencia (ex-presidente)







# 06

## Conteúdo programático

Este Mestrado Próprio Semipresencial possui um currículo atualizado onde o aluno encontrará os conteúdos mais inovadores sobre liderança empresarial. Em especial, o aluno terá uma compreensão mais aprofundada de como esses processos são conduzidos nos departamentos comercial e de Marketing de diversas empresas, destacando o papel cada vez mais significativo das tecnologias digitais. Esses conhecimentos serão abordados por meio de uma metodologia didática inovadora, baseada no *Relearning*, que facilitará a assimilação rápida e flexível dos conceitos mais complexos deste programa acadêmico



“

*Esse programa de estudos consiste em uma parte teórica na qual o aluno assimilará os conteúdos mais complexos em uma plataforma de aprendizado 100% online e interativa”*

## Módulo 1. Gestão e liderança

- 1.1. General management
  - 1.1.1. Integração das estratégias funcionais às estratégias gerais de negócios
  - 1.1.2. Política de Gestão e Processos
  - 1.1.3. *Sociedade e Empresa*
- 1.2. Gestão estratégica
  - 1.2.1. Estabelecer a posição estratégica: missão, visão e valores
  - 1.2.2. Desenvolvimento de novos negócios
  - 1.2.3. Crescimento e consolidação da empresa
- 1.3. Estratégia competitiva
  - 1.3.1. Análise de mercado
  - 1.3.2. Vantagem competitiva sustentável
  - 1.3.3. Retorno sobre o investimento
- 1.4. Estratégia corporativa
  - 1.4.1. *Driving Corporate Strategy*
  - 1.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
  - 1.4.3. *Framing Corporate Strategy*
- 1.5. Planejamento e estratégia
  - 1.5.1. Relevância da Gestão Estratégica no processo de Controle de Gestão
  - 1.5.2. Análise do ambiente da organização
  - 1.5.3. *Lean Management*
- 1.6. Gestão do talento
  - 1.6.1. Gestão do Capital Humano
  - 1.6.2. Ambiente, estratégia e métricas
  - 1.6.3. Inovação na gestão de pessoas
- 1.7. Desenvolvimento de gestão e liderança
  - 1.7.1. Liderança e estilos de liderança
  - 1.7.2. Motivação
  - 1.7.3. Inteligência emocional
  - 1.7.4. Capacidades e habilidades do Líder 2.0
  - 1.7.5. Reuniões eficazes

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

## Módulo 2. Logística e gestão econômica

- 2.1. Diagnóstico financeiro
  - 2.1.1. Indicadores para a análise das declarações financeiras
  - 2.1.2. Análise da rentabilidade
  - 2.1.3. Rentabilidade econômica e financeira de uma empresa
- 2.2. Análise econômica das decisões
  - 2.2.1. Controle Orçamentário
  - 2.2.2. Análise da concorrência. Análise comparativa
  - 2.2.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento empresarial
- 2.3. Avaliação de investimentos e *portfolio management*
  - 2.3.1. Rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor
  - 2.3.2. Modelos para avaliação de projetos de investimento
  - 2.3.3. Análise de sensibilidade, elaboração de cenários e árvores de decisão
- 2.4. Direção de logística de compras
  - 2.4.1. Gestão de estoque
  - 2.4.2. Gestão de armazém
  - 2.4.3. Gestão de compras e suprimentos
- 2.5. *Supply Chain Management*
  - 2.5.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
  - 2.5.2. Mudança nos padrões da demanda
  - 2.5.3. Mudança na estratégia das operações
- 2.6. Processos logísticos
  - 2.6.1. instituição e gestão por processos
  - 2.6.2. Abastecimento, produção, distribuição
  - 2.6.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
  - 2.6.4. Serviço de pós-venda

- 2.7. Logística e clientes
  - 2.7.1. Análise de demanda e previsão
  - 2.7.2. Previsão e planejamento de vendas
  - 2.7.3. *Collaborative planning, forecasting and replacement*
- 2.8. Logística internacional
  - 2.8.1. Alfândega, processos de exportação e importação
  - 2.8.2. Formas e meios de pagamento internacional
  - 2.8.3. Plataformas logísticas internacionais

### Módulo 3. Pesquisa de mercado

- 3.1. Fundamentos de Marketing
  - 3.1.1. Principais definições
  - 3.1.2. Conceitos básicos
  - 3.1.3. Evolução do conceito de Marketing
- 3.2. Marketing: da ideia ao mercado
  - 3.2.1. Conceito e escopo do Marketing
  - 3.2.2. Dimensões do Marketing
  - 3.2.3. Marketing 3.0
- 3.3. Novo ambiente competitivo
  - 3.3.1. Inovação tecnológica e impacto econômico
  - 3.3.2. Sociedade do conhecimento
  - 3.3.3. O novo perfil do consumidor
- 3.4. Métodos e técnicas de pesquisa quantitativa
  - 3.4.1. Variáveis e escalas de medição
  - 3.4.2. Fontes de informação
  - 3.4.3. Técnicas de amostragem
  - 3.4.4. Processamento e análise de dados
- 3.5. Métodos e técnicas de pesquisa qualitativas
  - 3.5.1. Técnicas diretas: *Grupos Focais*
  - 3.5.2. Técnicas antropológicas
  - 3.5.3. Técnicas indiretas
  - 3.5.4. *Two Face Mirror* e Método *Delphi*

- 3.6. Segmentação de mercados
  - 3.6.1. Tipologias de mercado
  - 3.6.2. Conceito e análise da demanda
  - 3.6.3. Segmentação e critérios
  - 3.6.4. Definição de público-alvo
- 3.7. Tipos de comportamento de compra
  - 3.7.1. Comportamento complexo
  - 3.7.2. Comportamento redutor de dissonância
  - 3.7.3. Comportamento de busca variada
  - 3.7.4. Comportamento habitual de compra
- 3.8. Sistemas de informação de marketing
  - 3.8.1. Abordagens conceituais do sistema de informação de marketing
  - 3.8.2. *Armazenamento de Dados e Mineração de Dados*
  - 3.8.3. Sistemas de informação geográfica
- 3.9. Gestão de projetos de pesquisa
  - 3.9.1. Ferramentas de análise de informação
  - 3.9.2. Desenvolvimento do plano de gestão de expectativas
  - 3.9.3. Avaliação de viabilidade do projeto
- 3.10. Marketing *intelligence*
  - 3.10.1. *Big Data*
  - 3.10.2. Experiência do usuário
  - 3.10.3. Aplicação de técnicas

### Módulo 4. Gestão comercial

- 4.1. Negociações comerciais
  - 4.1.1. Inteligência emocional na negociação e na venda
  - 4.1.2. Automotivação e empatia
  - 4.1.3. Desenvolvimento de habilidades de negociação
- 4.2. Fundamentos da gestão comercial
  - 4.2.1. Análise interna e externa. SWOT
  - 4.2.2. Análise setorial e competitiva
  - 4.2.3. Modelo CANVAS

- 4.3. Tomada de decisão na gestão de negócios
  - 4.3.1. Estratégia comercial e estratégia competitiva
  - 4.3.2. Modelos de tomada de decisão
  - 4.3.3. Análise e ferramentas de tomada de decisão
- 4.4. Direção e gestão da rede de vendas
  - 4.4.1. Planejamento de campanhas de vendas
  - 4.4.2. Redes a serviço da atividade comercial
  - 4.4.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores
  - 4.4.4. *Sales Management*
- 4.5. Implementação da função comercial
  - 4.5.1. Contrato comercial
  - 4.5.2. Controle da atividade comercial
  - 4.5.3. O código de ética do agente comercial
- 4.6. *Key account management*
  - 4.6.1. Identificação de **Key Accounts**
  - 4.6.2. Benefícios e riscos do *Key Account Manager*
  - 4.6.3. *Ventas & key account management*
  - 4.6.4. Fases da ação estratégica do KAM
- 4.7. Previsão comercial
  - 4.7.1. Previsão empresarial e previsão de vendas
  - 4.7.2. Métodos de previsão de vendas
  - 4.7.3. Aplicações práticas da previsão de vendas
- 4.8. Gestão financeira e orçamentária
  - 4.8.1. Painel de controle integral em marketing
  - 4.8.2. Controle do plano anual de marketing
  - 4.8.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas

## Módulo 5. Estrutura e organização comercial

- 5.1. Organização comercial
  - 5.1.1. Introdução à organização comercial
  - 5.1.2. Estruturas comerciais mais típicas
  - 5.1.3. Organização das filiais
  - 5.1.4. Desenvolvimento de modelos organizacionais empresariais
- 5.2. Organização da rede de vendas
  - 5.2.1. Organograma do departamento
  - 5.2.2. Projeto da rede de vendas
  - 5.2.3. Realidade multicanal
- 5.3. Análise do mercado interno
  - 5.3.1. Definição da Cadeia de Serviço
  - 5.3.2. Análise da qualidade do serviço
  - 5.3.3. *Benchmarking* de Produto
  - 5.3.4. Fatores-chave de sucesso nos negócios
- 5.4. Estratégia de vendas
  - 5.4.1. Métodos de vendas
  - 5.4.2. Estratégias de aquisição
  - 5.4.3. Estratégias de serviços
- 5.5. *Go-to-market strategy*
  - 5.5.1. *Channel management*
  - 5.5.2. Vantagem Competitiva
  - 5.5.3. Força de vendas
- 5.6. Planejamento de campanhas de vendas
  - 5.6.1. Estabelecimento de metas e cotas
  - 5.6.2. Produtividade comercial
  - 5.6.3. Planejamento da atividade comercial
  - 5.6.4. Plano de contingência



- 5.7. Organização da carteira de clientes
  - 5.7.1. Planejamento de clientes
  - 5.7.2. Classificação de clientes
- 5.8. Preparação das áreas comerciais
  - 5.8.1. Implementação do plano de visitas
  - 5.8.2. Marcação de visitas
- 5.9. Controle da atividade comercial
  - 5.9.1. Principais relações e métodos de controle
  - 5.9.2. Ferramentas de supervisão
  - 5.9.3. Metodologia do Balanced Scorecard
- 5.10. Organização do serviço pós-venda
  - 5.10.1. Ações pós-venda
  - 5.10.2. Relacionamento com o cliente
  - 5.10.3. Autoanálise e melhoria

## Módulo 6. Capacitação e coaching da rede de vendas

- 6.1. Seleção da equipe de vendas
    - 6.1.1. Ações de recrutamento
    - 6.1.2. Perfis de vendedores
    - 6.1.3. Entrevista
    - 6.1.4. Plano de acolhimento
  - 6.2. Capacitação de vendedores de alto nível
    - 6.2.1. Plano de capacitação
    - 6.2.2. Características e atividades do vendedor
    - 6.2.3. Capacitação e gestão de equipes de alto desempenho
  - 6.3. Coaching pessoal e inteligência emocional
    - 6.3.1. Inteligência emocional aplicada às técnicas de venda
    - 6.3.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
    - 6.3.3. Autoestima e linguagem emocional
    - 6.3.4. Inteligências múltiplas
- 6.4. Motivação e remuneração das redes de venda
    - 6.4.1. Técnicas de motivação
    - 6.4.2. Sistemas de remuneração
    - 6.4.3. Sistemas de incentivo e compensação
  - 6.5. Psicologia e técnicas de venda
    - 6.5.1. Noções de psicologia aplicada à venda
    - 6.5.2. Técnicas para melhorar a comunicação verbal e não verbal
    - 6.5.3. Fatores influenciadores no comportamento do consumidor
  - 6.6. Desenvolvimento do processo de vendas
    - 6.6.1. Metodologia no processo de vendas
    - 6.6.2. Atrair a atenção e argumentar
    - 6.6.3. Objeções e demonstração
  - 6.7. Preparação da visita comercial
    - 6.7.1. Estudo da ficha do cliente
    - 6.7.2. Estabelecimento de objetivos de venda para o cliente
    - 6.7.3. Preparação da entrevista
  - 6.8. Realização da visita comercial
    - 6.8.1. Apresentação ao cliente
    - 6.8.2. Determinação de necessidades
    - 6.8.3. Argumentação
  - 6.9. Negociando e fechamento da venda
    - 6.9.1. Fases da negociação
    - 6.9.2. Táticas de negociação
    - 6.9.3. Fechamento e comprometimento do cliente
  - 6.10. O processo de fidelização
    - 6.10.1. Conhecimento aprofundado do cliente
    - 6.10.2. O processo comercial a ser realizado com o cliente
    - 6.10.3. O valor do cliente para a empresa

## Módulo 7. *Strategy in marketing management* e marketing operacional

- 7.1. *Marketing Management*
  - 7.1.1. *Positioning and Value Creation*
  - 7.1.2. Orientação e posicionamento da empresa em marketing
  - 7.1.3. Marketing estratégico vs. marketing operacional
  - 7.1.4. Objetivos na gestão de marketing
  - 7.1.5. Comunicações integradas de marketing
- 7.2. O papel do marketing estratégico
  - 7.2.1. Principais estratégias de marketing
  - 7.2.2. Segmentação, targeting e posicionamento
  - 7.2.3. Gestão do marketing estratégico
- 7.3. Dimensões da estratégia de marketing
  - 7.3.1. Recursos e investimentos necessários
  - 7.3.2. Fundamentos da vantagem competitiva
  - 7.3.3. Comportamento competitivo da empresa
  - 7.3.4. Focus marketing
- 7.4. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos
  - 7.4.1. Política de determinação de preços
  - 7.4.2. Estratégias de promoção e *merchandising*
  - 7.4.3. Estratégias de distribuição, expansão e intermediação
- 7.5. Mix de marketing
  - 7.5.1. *The marketing value proposition*
  - 7.5.2. Políticas, estratégias e táticas de mix de marketing
  - 7.5.3. Elementos do mix de marketing
  - 7.5.4. Satisfação do cliente e mix de marketing
- 7.6. Gestão de produtos
  - 7.6.1. Distribuição de consumo e ciclo de vida do produto
  - 7.6.2. Obsolescência, caducidade, campanhas periódicas
  - 7.6.3. Índices de gestão de pedidos e controle de estoque
- 7.7. Princípios de preços
  - 7.7.1. Análise do ambiente
  - 7.7.2. Custos de produção e margens de desconto
  - 7.7.3. Preço final e mapa de posicionamento
- 7.8. Gestão dos canais de distribuição
  - 7.8.1. *Trade marketing*
  - 7.8.2. Cultura de distribuição e competição
  - 7.8.3. *Designing and Managing Channels*
  - 7.8.4. Funções dos canais de distribuição
  - 7.8.5. *Route to market*
- 7.9. Canais de promoção e vendas
  - 7.9.1. Branding corporativo
  - 7.9.2. Publicidade
  - 7.9.3. Promoção de vendas
  - 7.9.4. Relações públicas e venda pessoal
  - 7.9.5. *Street marketing*
- 7.10. *Branding*
  - 7.10.1. *Brand evolution*
  - 7.10.2. Criação e desenvolvimento de marcas de sucesso
  - 7.10.3. *Brand equity*
  - 7.10.4. *Category management*
- 7.11. Gestão de grupos de marketing
  - 7.11.1. Equipes de trabalho e direção de reuniões
  - 7.11.2. Coaching e gestão de equipes
  - 7.11.3. Gestão da igualdade e diversidade
- 7.12. Comunicação e marketing
  - 7.12.1. A comunicação integrada no marketing
  - 7.12.2. Projeto do programa de comunicação de marketing
  - 7.12.3. Habilidades de comunicação e influência
  - 7.12.4. Barreiras à comunicação empresarial

## Módulo 8. Marketing internacional

- 8.1. Pesquisa de mercado internacional
  - 8.1.1. *Emerging Markets Marketing*
  - 8.1.2. Análise PEST
  - 8.1.3. O que, como e para onde exportar?
  - 8.1.4. Estratégias de mix de marketing internacional

- 8.2. Segmentação internacional
  - 8.2.1. Critérios para a segmentação de mercados a nível internacional
  - 8.2.2. Nichos de mercado
  - 8.2.3. Estratégias de segmentação internacional
- 8.3. Posicionamento internacional
  - 8.3.1. *Branding* nos mercados internacionais
  - 8.3.2. Estratégias de posicionamento nos mercados internacionais
  - 8.3.3. Marcas globais, regionais e locais
- 8.4. Estratégias de produtos nos mercados internacionais
  - 8.4.1. Modificação, adaptação e diversificação de produtos
  - 8.4.2. Produtos padronizados globalmente
  - 8.4.3. O portfólio de produtos
- 8.5. Preços e exportações
  - 8.5.1. Cálculo dos preços de exportação
  - 8.5.2. *Incoterms*
  - 8.5.3. Estratégia internacional de preços
- 8.6. Qualidade no marketing internacional
  - 8.6.1. Qualidade e o marketing internacional
  - 8.6.2. Normas e Certificações
  - 8.6.3. Marcação CE
- 8.7. Promoção Internacional
  - 8.7.1. O MIX da Promoção Internacional
  - 8.7.3. *Propaganda* e Publicidade
  - 8.7.4. Feiras internacionais
  - 8.7.5. Marca país
- 8.8. Distribuição através de canais internacionais
  - 8.8.1. *Channel and Trade Marketing*
  - 8.8.2. Consórcios de exportação
  - 8.8.3. Tipos de exportações e comércio exterior

## Módulo 9. Marketing digital

- 9.1. Marketing digital
  - 9.1.1. Plano de marketing integrado: convencional e digital
  - 9.1.2. Marketing digital estratégico e tomada de decisões
  - 9.1.3. O modelo CANVAS no marketing digital
- 9.2. Gestão de comunidades virtuais: *community management*
  - 9.2.1. Mudanças nos paradigmas de comunicação
  - 9.2.2. *Marketing Intelligence* e consumidor 2.0
  - 9.2.3. Gestão de redes e comunidades
  - 9.2.4. Gestão de conteúdo em social media
  - 9.2.5. Comunicações de marketing na Web 2.0
  - 9.2.6. Monitoramento, análise e desempenho em social media
- 9.3. *E-commerce*
  - 9.3.1. Logística e distribuição no *e-commerce*
  - 9.3.2. Vendas, formas de pagamento e segurança na internet
  - 9.3.3. Marketing digital aplicado ao *e-commerce*
  - 9.3.4. Plataformas tecnológicas para *e-commerce*
- 9.4. *Performance marketing*
  - 9.4.1. Marketing de afiliação
  - 9.4.2. Desenvolvimento de campanhas de e-mail marketing
  - 9.4.3. Ferramentas de gestão de performance marketing
- 9.5. *Web analytics* e *social media intelligence*
- 9.6. *Search Engine Marketing* (SEM)
- 9.7. *Search Engine Marketing* (SEO)
  - 9.7.1. Princípios básicos de como funcionam os motores de busca
  - 9.7.2. Seleção de KWs
  - 9.7.3. Elementos básicos de uma análise SEO

## Módulo 10. *Customer relationship management*

- 10.1. Conhecendo o mercado e o consumidor
  - 10.1.1. *Open innovation*
  - 10.1.2. Inteligência competitiva
  - 10.1.3. *Economia compartilhada*



- 10.2. CRM e marketing relacional
  - 10.2.1. Filosofia empresarial ou orientação estratégica
  - 10.2.2. Identificação e diferenciação do cliente
  - 10.2.3. A empresa e seus Stakeholders
  - 10.2.4. *Clienting*
- 10.3. *Database marketing e customer relationship management*
  - 10.3.1. Aplicações de *Database Marketing*
  - 10.3.2. Leis e regulamentações
  - 10.3.3. Fontes de informação, armazenamento e processamento
- 10.4. Psicologia e comportamento do consumidor
  - 10.4.1. O estudo do comportamento do consumidor
  - 10.4.2. Fatores internos e externos do consumidor
  - 10.4.3. Processo de decisão do consumidor
  - 10.4.4. Consumismo, sociedade, marketing e ética
- 10.5. Áreas de CRM Management
  - 10.5.1. *Customer service*
  - 10.5.2. Gestão da força de vendas
  - 10.5.3. Atendimento ao cliente
- 10.6. Marketing *consumer centric*
  - 10.6.1. Segmentação
  - 10.6.2. Análise da rentabilidade
  - 10.6.3. Estratégias de fidelização do cliente
- 10.7. Técnicas de CRM *Management*
  - 10.7.1. Marketing direto
  - 10.7.2. Integração multicanal
  - 10.7.3. Marketing viral
- 10.8. Vantagens e riscos da implementação de CRM
  - 10.8.1. CRM, vendas e custos
  - 10.8.2. Satisfação e lealdade do cliente
  - 10.8.3. Implementação tecnológica
  - 10.8.4. Erros estratégicos e de gestão





## Módulo 11. Marketing 1 to 1

- 11.1. Inteligência emocional na empresa
  - 11.1.1. Inteligência emocional e comunicação
  - 11.1.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
  - 11.1.3. Autoestima e linguagem emocional
- 11.2. Capital relacional: *coworking*
  - 11.2.1. Gestão do capital humano
  - 11.2.2. Análise de desempenho
  - 11.2.3. Gestão da igualdade e diversidade
  - 11.2.4. Inovação na gestão de pessoas
- 11.3. Liderança e gestão de equipes
  - 11.3.1. Liderança e estilos de liderança
  - 11.3.2. Capacidades e habilidades do líder 2.0
  - 11.3.3. Gestão de processos de mudança
  - 11.3.4. Gestão de equipes multiculturais
  - 11.3.5. *Coaching*
- 11.4. Seleção de clientes-alvo (CRM)
  - 11.4.1. Projeto de um e-CRM
  - 11.4.2. Implicações e limitações da LGPD
  - 11.4.3. Orientação ao consumidor
  - 11.4.4. Planejamento 1 to 1
- 11.5. Gestão de *contas-chave*
  - 11.5.1. Identificação de *contas-chave*
  - 11.5.2. Benefícios e riscos do *Key Account Manager*
  - 11.5.3. Vendas e *Key Account Manager*
  - 11.5.4. Fases da ação estratégica do KAM
- 11.6. O processo de fidelização
  - 11.6.1. Conhecimento aprofundado do cliente
  - 11.6.2. O processo comercial a ser realizado com o cliente
  - 11.6.3. O valor do cliente para a empresa



07

# Estágio

O ensino prático é indispensável em qualquer carreira, pois é a melhor maneira para os estudantes aprenderem de fato como implementar todos os conceitos e estratégias que aprenderam durante seus estudos teóricos. Graças a este Mestrado Próprio Semipresencial, os alunos terão a oportunidade de participar de um período intensivo de estágio em uma empresa de destaque no setor comercial e de Marketing, o que será fundamental para o seu crescimento pessoal e profissional.



“

*Aproveite esse estágio prático e tire o máximo proveito das 3 semanas em que você estará cercado por profissionais com ampla experiência no setor”*



A opção de capacitação prática desse programa consiste em um estágio prático em uma empresa líder do setor, com duração de 3 semanas, de segunda a sexta-feira, com 8 horas consecutivas de capacitação prática com um profissional da área. Esse estágio permitirá que os alunos compreendam profundamente os detalhes da gestão no ambiente comercial e de Marketing.

Nessa proposta de capacitação, de natureza totalmente prática, as atividades têm como objetivo desenvolver e aperfeiçoar as habilidades necessárias para o desempenho de tarefas gerenciais nas áreas comerciais e de Marketing, adquirindo, as qualificações necessárias para gerenciar todas as ações promocionais e publicitárias para atrair um público maior.

Sem dúvida, é uma oportunidade para aprender, trabalhando nos departamentos de comercial e Marketing, fundamentais atualmente em qualquer empresa. Dessa forma, será uma opção de grande valor para o aluno que se envolver no trabalho diário em uma empresa líder do setor, mantendo-se atualizado sobre os principais avanços nesse campo.

Assim, o estágio prático em uma empresa de referência em comércio e Marketing permitirá ao aluno realizar uma série de atividades práticas em diferentes áreas e departamentos da empresa, obtendo uma visão geral do setor que o capacitará a entrar rapidamente no mercado de trabalho, tornando-se um dos profissionais mais competitivos do momento.

O ensino prático será realizado com a participação direta do aluno na execução das atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação dos professores e outros colegas de capacitação para facilitar o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática comercial e do Marketing (aprender a ser e aprender a conviver).



*Capacite-se em uma empresa que pode lhe oferecer todas essas possibilidades, com um programa acadêmico inovador e uma equipe capaz de desenvolvê-lo ao máximo"*



Os procedimentos descritos abaixo formarão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação está sujeita tanto à idoneidade dos pacientes quanto à disponibilidade do centro e sua carga de trabalho, tendo as seguintes atividades propostas:

<b>Módulo</b>	<b>Atividade Prática</b>
<b>Estratégias da Gestão Comercial e Marketing</b>	Detectar lacunas de gestão por meio da criação e preparação de pessoas e equipes no âmbito de vendas e gestão de contas
	Implementar processos sólidos de gestão de vendas: pipeline, planejamento de contas e propostas
<b>Tendências de Marketing atualizadas para o Chief Revenue Officer</b>	Promover a construção de um relacionamento com os clientes atuais e futuros e coordenar sua implementação por meio dos canais de venda, gestão de clientes, marketing e comunicações
	Participar no processo de pesquisa de clientes (quantidade e qualidade) para fornecer liderança estratégica à arquitetura e posicionamento da marca
	Supervisionar o desenvolvimento de canais/parceiros, adicionando novos canais de vendas e revendedores, e parceiros de terceiros
<b>Tendências Comerciais atualizadas para o Chief Revenue Officer</b>	Aplicar processos de supervisão de receitas e leads, ajustando-os, se necessário, para criar uma sustentabilidade possível
	Apoiar a obtenção de resultados de curto prazo e a estratégia de longo prazo, incluindo a previsão de receitas
<b>Atividades de maior alcance dentro da Gestão Comercial e Marketing das empresas</b>	Participar no processo de prospecção e fechamento de relações com clientes-chave
	Dar suporte por meio de ações de aplicação das estratégias de crescimento

## Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de capacitação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo, está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para isso, esta entidade educacional se compromete a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a capacitação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da capacitação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.



## Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

**1. ORIENTAÇÃO:** durante o Mestrado Próprio Semipresencial o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo dúvidas e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.

**2. DURAÇÃO:** o programa de estágio terá uma duração de três semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de 8 horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.

**3. NÃO COMPARECIMENTO:** em caso de não comparecimento no dia de início do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-lo sem que haja a possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas. A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, conseqüentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

**4. CERTIFICAÇÃO:** ao passar nas provas do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

**5. RELAÇÃO DE EMPREGO:** o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de nenhum tipo.

**6. ESTUDOS PRÉVIOS:** alguns centros podem exigir um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio Semipresencial. Nesses casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágio da TECH para que seja confirmada a atribuição do centro escolhido.

**7. NÃO INCLUÍDO:** o Mestrado Próprio Semipresencial não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.



# 08

## Onde posso realizar o Estágio?

Para realizar o estágio prático deste Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão Comercial e Marketing, a TECH está estabelecendo acordos de colaboração com as principais empresas do setor a nível nacional e internacional. Dessa forma, os alunos poderão ter acesso a equipes de trabalho reais, nas quais poderão aprender as principais estratégias implementadas nessas áreas para impulsionar seu crescimento. Sem dúvida, será uma oportunidade única para aprender com os melhores.



“

*Tenha acesso a uma equipe de trabalho real e aprenda com os maiores especialistas em gestão comercial e de marketing”*



## tech 42 | Onde posso realizar o Estágio?



Os alunos poderão realizar a parte prática deste Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



**Escola de Negócios**

**CBM Innovación en Estrategias SAS**

País	Cidade
México	Cidade do México

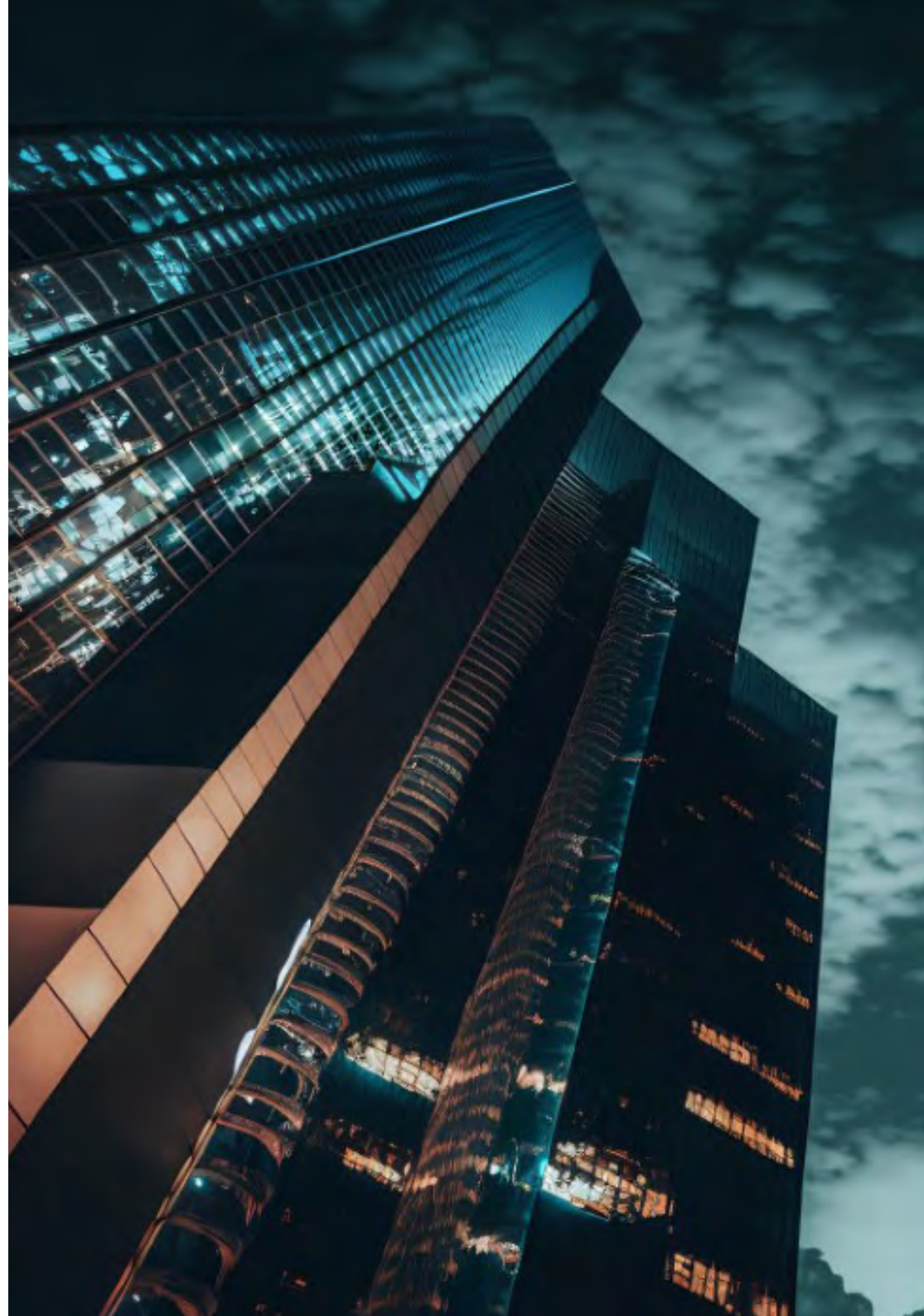
Endereço: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro, 56100 Texcoco, Edo. de Méx.

Empresa especializada em promoção comercial digital e offline

---

**Capacitações práticas relacionadas:**

- MBA em Marketing Digital
- MBA em Gestão de Business Intelligence





**Escola de Negócios**

### Grupo Fórmula

País	Cidade
México	Cidade do México

Endereço: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc, Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Empresa líder em comunicação multimídia e criação de conteúdo

---

**Capacitações práticas relacionadas:**

- Design Gráfico
- Gestão de Pessoas



*Aproveite essa oportunidade para se cercar de profissionais especializados e aprender com a metodologia de trabalho que eles utilizam”*



09

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*



## A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”*



*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.*



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

**“** *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.*

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.



## Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

*Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.*

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

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

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



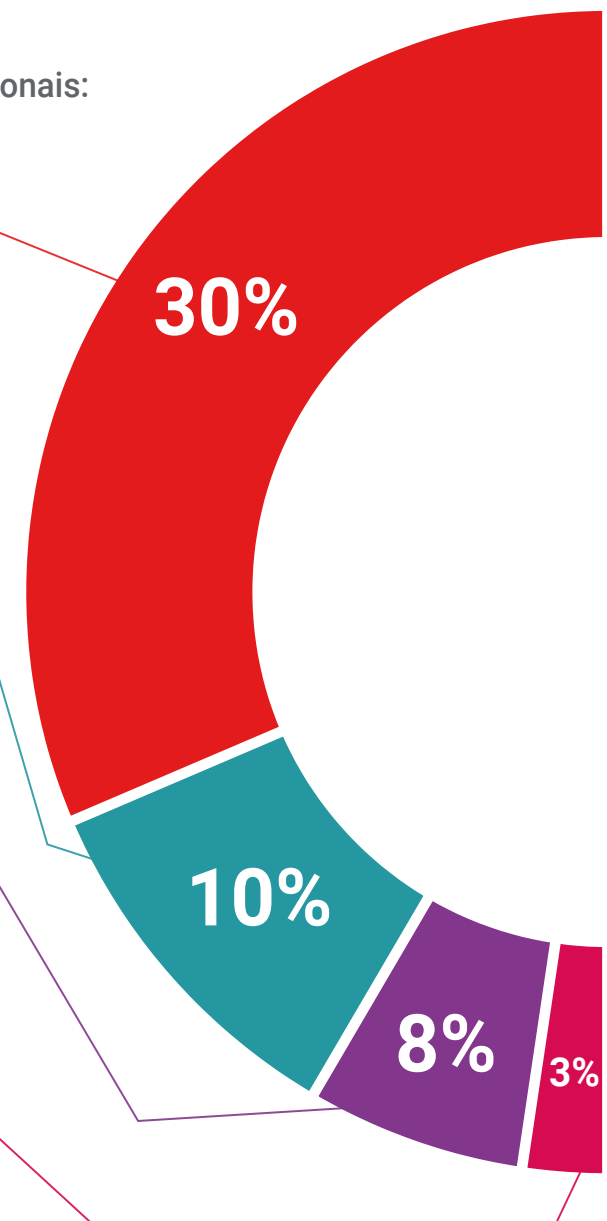
#### Práticas de habilidades gerenciais

Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### Leituras complementares

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







**Estudos de caso**

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.



**Resumos interativos**

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

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



**Testing & Retesting**

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



# 10 Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer) garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial 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 **Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer)** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do cenário profissional e acadêmico.

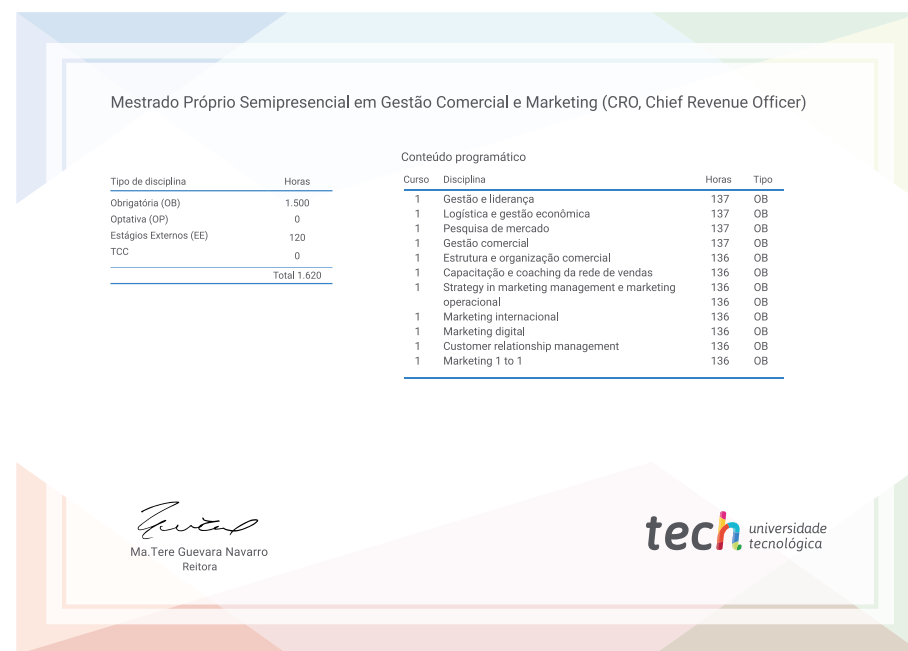
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

Além do certificado de conclusão, o aluno poderá solicitar uma declaração e o certificado do conteúdo do programa. Para isso, será necessário entrar em contato com o orientador acadêmico, que irá proporcionar todas as informações necessárias.

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer)**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágio)**

Duração: **12 meses**



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



**Mestrado Próprio**  
**Semipresencial**  
Gestão Comercial e Marketing  
(CRO, Chief Revenue Officer)

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

# Mestrado Próprio Semipresencial

## Gestão Comercial e Marketing (CRO, Chief Revenue Officer)