

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Business
Intelligence



Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Gestão de Business Intelligence

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-mba-gestao-business-intelligence

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

Estrutura e conteúdo

pág. 28

07

Estágio

pág. 38

08

Onde posso realizar
o Estágio?

pág. 44

09

Metodologia de estudo

pág. 50

10

Certificado

pág. 60

01

Apresentação

O uso eficiente de dados na Internet é a melhor arma para tirar o máximo proveito de uma empresa. Conhecer as ferramentas para extrair informações, analisá-las, ter uma visão ampla e envolver diferentes departamentos serão as chaves que o profissional terá de dominar. Esse programa fornecerá os conhecimentos mais recentes nesse campo, com um estágio prático para experimentar o trabalho que está sendo realizado nas principais empresas líderes em *Business Intelligence*. Além disso, essa qualificação ampliará o conhecimento do empreendedor por meio de 10 *Masterclasses* exclusivas, ministradas por um especialista internacional em *Business Intelligence*. Essas lições equiparão os alunos com as habilidades que lhes permitirão não apenas superar suas metas acadêmicas, mas também traçar um caminho direto para o sucesso, preparando-os para se destacarem no mundo dos negócios.



“

Prepare-se para levar sua carreira ao mais alto nível e conquistar o sucesso com a TECH! Acesso a 10 Masterclasses elaboradas por um especialista em Business Intelligence reconhecido internacionalmente”

O líder de um projeto ou de uma *Start-Up* é muito mais do que a pessoa que sabe gerenciar os Recursos Humanos de sua empresa, atualmente é a pessoa que domina esse campo, mas também o *Big Data*, ou seja, o grande volume de informações disponíveis na rede, que, se bem concentrado, é capaz de fornecer um valor incalculável à empresa. Para poder gerenciar o *Business Intelligence* na empresa, é necessário adquirir conhecimentos avançados e atualizados, o que pode ser obtido com esse Mestrado Próprio Semipresencial.

Este programa, voltado principalmente para engenheiros da computação que desejam reorientar seu trabalho para o mundo do business intelligence, ou profissionais de BI estabelecidos que desejam aprimorar seus conhecimentos, se aprofundará na transformação de negócios orientada por dados. A equipe de professores especializados, com ampla experiência em empresas digitais, consultorias e marketing, será responsável por fornecer os conhecimentos mais recentes nessa área, na qual os dados serão a estrela. Serão apresentadas as ferramentas e técnicas tecnológicas mais recentes usadas para sua visualização e análise, bem como uma visão futura com usos em realidade virtual e aumentada e inteligência artificial.

Além disso, esse ensino fornecerá casos reais de simulação que permitirão aos alunos encontrar uma relação direta entre a estrutura teórica e a aplicação direta no campo profissional. As regulamentações legais existentes, as estratégias de marketing ou a otimização do capital humano da empresa serão outros dos pontos abordados nesse curso, que fornecerá amplo conhecimento ao profissional de TI que deseja fazer uma incursão nessa área.

Uma excelente oportunidade para os alunos que desejam não apenas adquirir conhecimento, mas também viver uma experiência profissional real, na qual possam aplicar todo o aprendizado recebido. Assim, ao final da primeira etapa do Mestrado Próprio Semipresencial, os alunos realizarão uma colocação prática em uma empresa relevante do setor, onde poderão, juntamente com profissionais da área, concluir seu desenvolvimento no campo do *Business Intelligence*.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Business Intelligence** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 casos apresentados por profissionais de gestão hospitalar
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Planos para um modelo de negócios dinâmico para apoiar seu crescimento em recursos intangíveis
- ♦ Análise das sessões do site para obter uma melhor compreensão de seus clientes
- ♦ Planejar a gestão, a coleta e a limpeza adequadas dos dados de acordo a os objetivos comerciais
- ♦ Tudo isto complementado por palestras 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, você poderá fazer um estágio em um dos melhores centros especializados do mundo



Esse curso oferece a flexibilidade e a conveniência do acesso 24 horas a todo o seu conteúdo multimídia”

“

Faça um estágio intensivo de três semanas em uma empresa líder e viva uma experiência que o fará crescer na área de negócios digitais”

Nesta proposta de mestrado, de natureza profissional e modalidade de aprendizagem semipresencial, o programa destina-se a atualizar profissionais que desempenham suas funções em empresas ou que desejam liderar um projeto e que exigem um alto nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e direcionados de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática de Diretores, e os elementos teórico-práticos irão favorecer a atualização do conhecimento e permitir a tomada de decisões nas empresas.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que irá proporcionar uma prática imersiva, programada para capacitar através de situações reais. A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, por meio da qual o aluno deve 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 vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Este Mestrado Próprio Semipresencial mostrará a você as ferramentas de métricas mais usadas atualmente no Marketing Digital.

Você já pensou em liderar uma start-up? Adquira todo o conhecimento necessário com este Mestrado Próprio Semipresencial e forme-se em 12 meses com os principais especialistas.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Economia de tempo e custo, facilidade de recuperação de dados, novas oportunidades de negócios, melhor atendimento ao cliente e resultados mais confiáveis são alguns dos benefícios do *Business Intelligence* para o ambiente de negócios atual. Por isso, é uma disciplina que ganhou impulso nos ambientes de trabalho modernos que estão comprometidos com o aprimoramento de seus procedimentos e com a liderança de mercado. Nesse sentido, este programa de aprendizado semipresencial é uma oportunidade única de aprendizado para o profissional que deseja ir além do conhecimento teórico e aplicar suas habilidades em um ambiente de trabalho real. É assim que você poderá trabalhar por 3 semanas em uma empresa de vanguarda, em nível nacional ou internacional, para aplicar tudo o que aprendeu durante o plano de estudos teórico 100% online.



“

A TECH Ihe oferece a oportunidade única de aprender 100% online, de onde quer que você esteja, com o seu dispositivo favorito, e depois aplicá-lo em um ambiente de trabalho real durante 3 semanas. Matricule-se agora e viva a experiência"

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Empresas de todo o mundo aplicam o *Business Intelligence* em sua estrutura operacional, razão pela qual existem até diretores da área encarregados de liderar o processo, com o domínio de ferramentas avançadas e sistemas de última geração. Em vista disso, este programa da TECH tem como objetivo oferecer aos alunos a melhor oportunidade de aplicar o que aprenderam na parte teórica com as metodologias mais eficazes e ágeis usadas atualmente em muitas organizações.

2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

A extensa equipe de profissionais que acompanhará o especialista ao longo de todo o período prático proporciona um nível de excelência e assegura uma atualização sem igual. A TECH designará um tutor pessoal, que acompanhará o aluno durante todo o processo e poderá ver em primeira mão a eficácia dos métodos implementados por meio do *Business Intelligence* na empresa. Dessa forma, você poderá incorporar os procedimentos e abordagens mais eficazes para a tomada de decisões sólidas em sua prática diária de trabalho.

3. Ter acesso a ambientes organizacionais de ponta

Para o desenvolvimento da formação prática que complementa a parte teórica desse Mestrado Próprio Semipresencial, a TECH seleciona, por meio de uma análise exaustiva, todos os centros disponíveis em âmbito nacional ou internacional. Como resultado, o especialista terá acesso garantido a um ambiente de trabalho moderno e de ponta, ao lado de profissionais que lhe permitirão desenvolver novas habilidades humanas e profissionais. Sem dúvida, uma nova e excelente maneira de aprender fazendo.



4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

O profissional comumente abandona os processos de capacitação por serem muito densos e impossíveis de serem cumpridos, por objetivos inatingíveis e irrealistas ou por causa de cronogramas impostos e metodologias menos eficientes. Por isso, a TECH investiu em sistemas de ensino avançados e adaptados às necessidades do profissional de hoje. Em apenas 12 meses, você obterá essa qualificação que lhe dará o perfil curricular de que você precisa para avançar rumo às melhorias que deseja.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

A TECH oferece a possibilidade de realizar essa Capacitação Prática não apenas em centros de importância nacional, mas também internacional. Assim, o especialista poderá expandir suas fronteiras e se equiparar aos melhores profissionais do ambiente de gestão das empresas modernas, com histórias de sucesso graças à aplicação do *Business Intelligence* em sua estrutura operacional.



Realize uma imersão prática completa no centro de sua escolha"

03

Objetivos

O principal objetivo desse Mestrado Próprio Semipresencial é garantir que o profissional seja capaz de adquirir conhecimento aprofundado sobre o *Business Intelligence*, de um ponto de vista inovador e com uma visão de negócios exclusiva. Para isso, você terá acesso a material didático atualizado e a uma equipe de professores especializados nessa área, que o ajudarão a liderar qualquer projeto com as ferramentas e técnicas necessárias para obter sucesso.



“

Este programa lhe dá a oportunidade de atualizar seus conhecimentos sobre ferramentas e softwares usados na análise de dados”



Objetivo geral

- O objetivo geral do Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de *Business Intelligence* é garantir que, ao final dos 12 meses do curso, os alunos obtenham um conhecimento abrangente que os torne capazes de analisar os dados existentes na Internet, aplicar as tecnologias mais recentes e estabelecer estratégias de negócios adequadas, inter-relacionadas com os outros departamentos da empresa e respeitando as normas legais vigentes. Tudo com resumos em vídeo, leituras especializadas e estudos de caso para ajudá-lo a atingir suas metas profissionais.

“

Este programa lhe mostrará como gerenciar projetos de Big Data em conformidade com todas as normas legais existentes”





Objetivos específicos

- ♦ Projetar as possíveis aplicações de *Business Intelligence* (BI) na empresa
- ♦ Examinar soluções avançadas para problemas que possam surgir nas empresas, integrando técnicas e métodos que tenham sido estudados
- ♦ Desenvolver visão/perspectiva de negócios, direção, gestão, tomada de decisões
- ♦ Estabelecer uma base para a exploração e o aproveitamento das informações da empresa (internas e externas)
- ♦ Analisar o Marketing Digital, suas estratégias e tipos de campanhas
- ♦ Definir as melhores práticas na gestão de dados de campanhas e analisar o alcance de objetivos em campanhas
- ♦ Determinar as fases do ciclo de vida do cliente e sua relação com uma estratégia de Marketing Digital
- ♦ Avaliar a visualização de dados, seus diversos tipos e conjuntos
- ♦ Identificar os diferentes tipos de representação mais utilizados na análise de dados e as ferramentas mais eficazes para sua aplicação
- ♦ Criar um processo de *End to End* para obter conclusões a partir da exploração de informações
- ♦ Analisar as sessões de um site para conhecer melhor seus clientes
- ♦ Desenvolver habilidades relacionadas à exploração e modelagem de dados (com R)
- ♦ Analisar o marco legal de proteção de dados e sua relação com a futura regulamentação de sistemas baseados em inteligência artificial
- ♦ Identificar os princípios que devem orientar qualquer processamento de dados pessoais
- ♦ Fundamentar o uso de dados pessoais em projetos de *Big Data*
- ♦ Avaliar e gerenciar os riscos de grandes projetos de *Big Data* envolvendo dados pessoais
- ♦ Determinar que aplicações específicas a IA tem atualmente em diferentes setores e como elas são utilizadas
- ♦ Avaliar as possíveis consequências e riscos da implementação de tecnologias de IA
- ♦ Estabelecer diretrizes adequadas para a adaptação da empresa às mudanças da sociedade
- ♦ Propor um modelo de negócios dinâmico que apoie seu crescimento em recursos inigualáveis

04 Competências

Depois de concluir esse MBA em *Gestão de Business Intelligence*, o profissional de TI terá desenvolvido novas competências e habilidades que serão de grande utilidade em sua carreira profissional, onde ele poderá criar projetos do zero ou assumir a liderança de *Start-Ups*. Tudo isso sem deixar de ser capaz de tomar as melhores decisões em ambientes de BI.





“

Um Mestrado Semipresencial em que você poderá gerenciar um projeto digital com um amplo conhecimento em análise de dados, sem negligenciar o capital humano”



Competências gerais

- Estabelecer estratégias e práticas de mudança para a transformação digital dos negócios por meio de técnicas analíticas avançadas
- Examinar a gestão em nível estratégico, organizacional e de projeto, do ponto de vista da proposta de valor, para a criação de estratégias de transformação dos negócios
- Apresentar um sistema básico de análise de informações comerciais
- Analisar as fases do *Journey* do cliente e o tipo de campanhas associadas a cada fase.
- Desenvolver métricas de cumprimento de metas associadas a uma estratégia de marketing digital e analisá-las em painéis digitais Desenvolver o conceito de redenção
- Identificar padrões e técnicas apropriadas aos problemas conhecidos na análise de dados
- Apresentar o *coaching* como um método para melhorar o desempenho de nossos funcionários





Competências específicas

- Desenvolver a capacidade de tirar conclusões após o pré-processamento e a modelagem de um *Dataset*
 - Confirmar a melhor combinação de técnicas que maximizará a qualidade dos resultados
 - Estabelecer a implementação técnica de um problema de modelagem utilizando linguagens de programação
 - Desenvolver os conceitos mais importantes relacionados a métricas e parametrização
 - Examinar a configuração da ferramenta Google Analytics
 - Determinar a diferença entre o Universal Analytics e o Google Analytics 4
 - Avaliar as informações obtidas com a medição de dados para otimizar a estratégia de marketing: retenção, fidelidade e conversões
 - Determinar os mecanismos para garantir a disponibilidade, integridade e confidencialidade das informações
 - Analisar ferramentas e métodos para a manipulação e melhor utilização dos dados, para a entrega de resultados que sejam compreensíveis para o destinatário final
 - Estabelecendo as bases que legitimam o processamento de dados pessoais
- Apresentar os direitos dos indivíduos em matéria de proteção de dados, seu exercício e atenção
 - Oferecer um modelo de liderança baseado no acompanhamento e no apoio como uma evolução da metodologia autoritária tradicional
 - Desenvolver conceitos de PNL como uma habilidade prática que garante resultados desejados por meio do estabelecimento de metas para cada situação, da melhoria na percepção das mudanças ocorridas e da adaptação para alcançar esses resultados



Combine teoria e prática profissional através de uma abordagem educacional exigente e gratificante"

05

Direção do curso

A TECH está fielmente comprometida em oferecer aos alunos que cursam todos os seus programas uma educação de qualidade. Para cumprir essa premissa, este Mestrado Próprio Semipresencial incluiu uma equipe de professores multidisciplinar, na qual o profissional de TI encontrará professores especializados em Ciência da Computação, Analistas de Negócios, Segurança de TI ou Marketing Digital. A proximidade da equipe e seu conhecimento nesse campo serão de ajuda vital para o profissional que deseja seguir esse programa para progredir em sua carreira.



“

Uma equipe de professores multidisciplinar fornecerá os conhecimentos mais avançados para que você saiba como conduzir qualquer projeto digital com todas as ferramentas à sua disposição”

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência na área 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, destaca-se 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 **pionero no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram 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**, a maior de seu tipo no mundo, ancorado na nuvem e destinado à **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 *Bussiness 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

“

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

Direção



Dr. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ CEO e CTO em Prometheus Global Solutions
- ♦ CTO em Korporate Technologies
- ♦ CTO em AI Shephers GmbH
- ♦ Consultor e Assessor Estratégico de Negócios da Alliance Medical
- ♦ Diretor de Design e Desenvolvimento da DocPath
- ♦ Doutorado em Engenharia da Computação pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ♦ Doutorado em Economia, Negócios e Finanças pela Universidade Camilo José Cela
- ♦ Doutorado em Psicologia pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ♦ Mestrado em Executive MBA pela Universidade Isabel I
- ♦ Mestrado em Gestão Comercial e de Marketing pela Universidade Isabel I
- ♦ Mestrado Especialista em Big Data por Formação Hadoop
- ♦ Mestrado em Tecnologia da Informação Avançada pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ♦ Membro: Grupo de pesquisa SMILE

Professores

Sra. María Elena Pedrajas Parabás

- ♦ New Technologies and Digital Transformation Consultant em Management Solutions
- ♦ Pesquisadora no Departamento de Informática e Análise Numérica na Universidad de Córdoba
- ♦ Pesquisadora no Centro Singular de Pesquisa em Tecnologias Inteligentes em Santiago de Compostela
- ♦ Formada em Engenharia da Computação pela Universidade de Córdoba
- ♦ Mestrado em Ciência de Dados e Engenharia da Computação pela Universidade de Granada
- ♦ Mestrado em Consultoria Empresarial pela Universidade Pontificia Comillas

Sr. Alfonso Nafría Sanz

- ♦ Consultor de Marketing e Desenvolvimento de Negócios especializado na PME
- ♦ Consultor de Business Intelligence na Korporate Technologies Group SL
- ♦ Formado em em Marketing e Pesquisa Técnica de Mercado pela Universidade CEU San Pablo.
- ♦ Mestrado em Business Intelligence e Big Data da Universitat Oberta de Catalunya

Sra. Marta García La O

- ♦ Especialista em Marketing Digital e Redes Sociais
- ♦ Gestão, administração e *account management* na Think Planejamento e Desenvolvimento SI
- ♦ Instrutora de gestão sênior na Think Planning and Development SI
- ♦ Especialista em Marketing na Versas Consultores
- ♦ Formada em Estudos de Negócios pela Universidade de Murcia.
- ♦ Mestrado em Gestão de Vendas e Marketing pela Fundesem Business School

Sr. Rubén Fondón Alcalde

- ♦ Analista EMEA de Amazon Web Services
- ♦ Analista de Negócios de Gestão de Valor do Cliente na Vodafone Espanha
- ♦ Chefe de Integração de Serviços na Entelgy para a Telefónica Global Solutions
- ♦ Gerente de Contas Online para Servidores Clone na EDM Electronics
- ♦ Gerente de implementação de serviços internacionais na Vodafone Empresa global
- ♦ Consultor de soluções para a Espanha e Portugal, Telvent Global Services
- ♦ Analista de Negócios para o Sul da Europa na Vodafone Global Enterprise
- ♦ Engenheiro de Telecomunicações da Universidade Europeia de Madri
- ♦ Mestrado em Grandes Dados e Análítica pela Universidade Internacional de Valência

Sra. Yésica Martínez Cerrato

- ♦ Especialista em análise de negócios e gestão de sistemas de informação
- ♦ *Product Manager* de Segurança Eletrônica na Securitas Direct
- ♦ Gestora de projetos na área de integração de grandes contas em Correios
- ♦ Analista de Inteligência Empresarial na Ricopia Technologies
- ♦ Professora em cursos universitários de Enfermagem
- ♦ Formada em Engenharia de Telecomunicações pela Universidade de Alcalá

Sr. Raúl Luis Catalán Ramírez

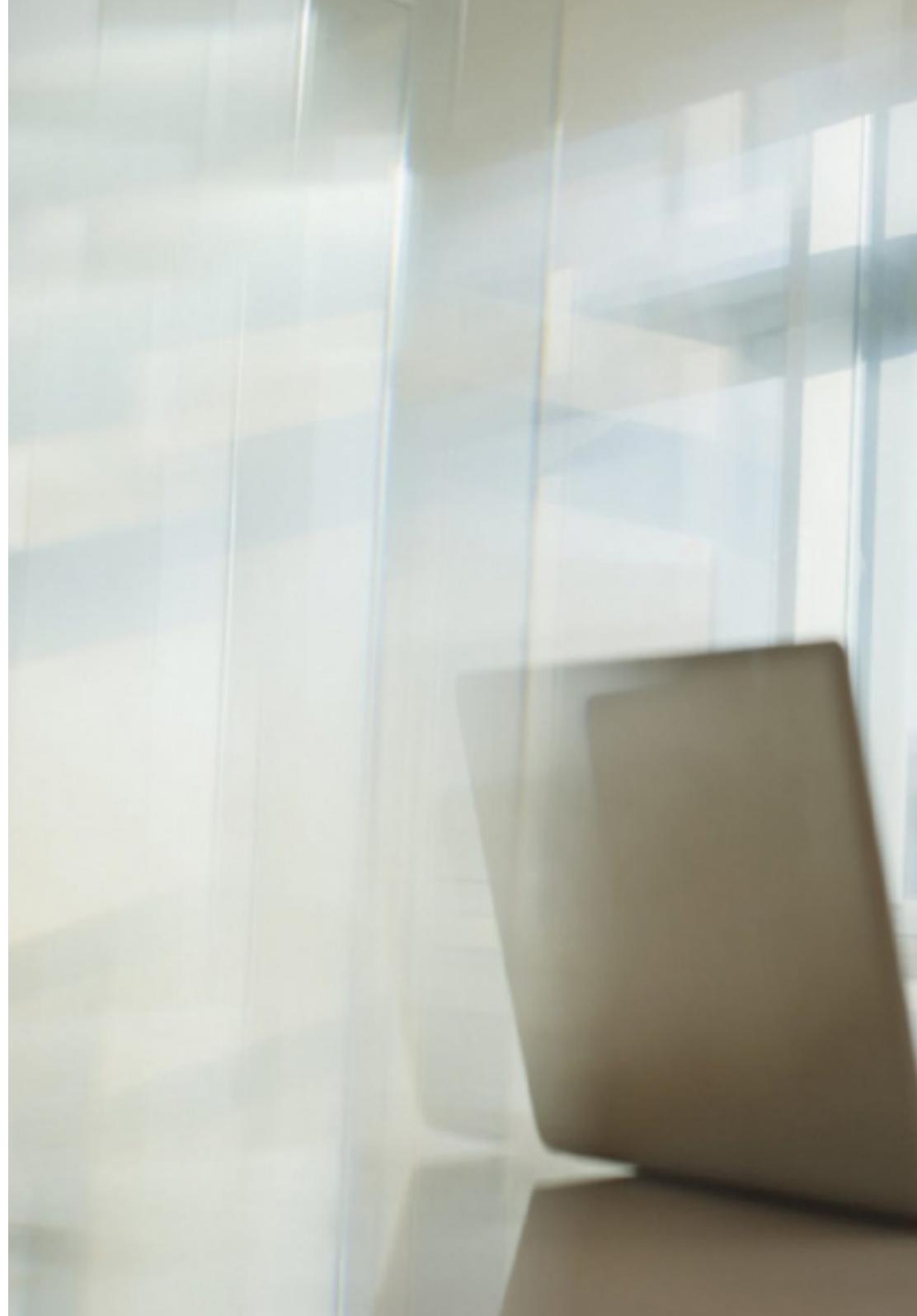
- ♦ Designer gráfico
- ♦ Designer e Programador de Interface na Prometeus Global Solutions
- ♦ Designer da Associação Mille Cunti
- ♦ Formado em Design Gráfico na EA

Sra. Cristina Palomino Dávila

- ♦ Consultora de proteção de dados e segurança da informação no Grupo Oesía
- ♦ Diretora Adjunta de Auditoria da Secretaria Geral da Compañía Logística de Hidrocarburos CLH
- ♦ Consultora em Relações Jurídicas Corporativas no Canal de Isabel II
- ♦ Consultora e auditora da Helas Consultores SL
- ♦ Consultora e auditora na Alaro Avant
- ♦ Advogada da área de Novas Tecnologias na Lorenzo Abogados
- ♦ Formada em Direito pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ♦ Mestrado em Consultoria Jurídica para Empresas pelo Instituto de Empresa
- ♦ Curso Avançado em Segurança Digital e Gerenciamento de Crises pela Universidade de Alcalá e a de Alcalá e a Aliança Espanhola de Segurança e Crise (AESYC)
- ♦ Membro: Associação Espanhola de Privacidade Profissional (APEP) e Fórum ISMS
- ♦ Curso Avançado em Segurança Digital e Gerenciamento de Crises pela Universidade de Alcalá e Aliança Espanhola de Segurança e Crise– AESYC

Sr. Pedro García Niño

- ♦ Especialista em Web Positioning e anúncios SEO/Google
- ♦ Diretor de vendas de serviços de informática na Camuñase e Electrocamuñas
- ♦ Técnico de hardware e software em Camuñase e Electrocamuñas
- ♦ Especialista em Google Ads (PPC e SEM)
- ♦ Especialista em SEO On Page e Off Page
- ♦ Digital Marketing Analytics e Especialista em Medição de Desempenho





Sra. Galina Fernández Meléndez

- ♦ Especialista em Big Data
- ♦ Analista de dados na Aresi Gestión de Fincas
- ♦ Analista de Dados na ADN Mobile Solution
- ♦ Formada em Administração de Empresas pela Universidad Bicentenario de Aragua. Caracas, Venezuela
- ♦ Formada em Planejamento e Finanças Públicas pela Escola Venezuelana de Planejamento
- ♦ Mestrado em Análise de Dados e Inteligência de Negócios pela Universidade de Oviedo
- ♦ MBA em Administração e Direção de Empresas pela Escola de Negócios Europeia de Barcelona
- ♦ Mestrado em Big Data e Business Intelligence (Escola de Negócios Europeia de Barcelona)

06

Estrutura e conteúdo

O programa desse Mestrado Próprio Semipresencial foi desenvolvido por uma equipe de ensino especializada, que oferecerá um estudo aprofundado dos principais aspectos que compõem o *Business Intelligence* na empresa. Assim, os alunos poderão acessar desde o primeiro dia o programa completo desse curso, que consiste em 10 módulos. Dessa forma, o profissional poderá se conectar de qualquer dispositivo eletrônico, a qualquer hora do dia, ao conteúdo que pode ser distribuído de acordo com suas necessidades. Além disso, as longas horas de estudo serão reduzidas nesse programa graças ao sistema *Relearning* que a TECH aplica a todos os seus cursos.





“

Acesse um programa de estudos com o conteúdo mais recente sobre Inteligência Artificial e sua aplicação nas empresas”

Módulo 1. *Business Intelligence* na empresa

- 1.1. *Business Intelligence* empresarial
 - 1.1.1. O mundo dos dados
 - 1.1.2. Conceitos relevantes
 - 1.1.3. Principais características
 - 1.1.4. Soluções no mercado atual
 - 1.1.5. Arquitetura geral de uma solução BI
 - 1.1.6. Ciber-segurança em BI e *Data Science*
- 1.2. Novo conceito empresarial
 - 1.2.1. Por que a BI
 - 1.2.2. Obtenção da Informação
 - 1.2.3. BI nos diferentes departamentos da empresa
 - 1.2.4. Razões para investir em BI
- 1.3. Data Warehouse
 - 1.3.1. Definição e objetivos: *Data Warehouse* e *Data Mart*
 - 1.3.2. Arquitetura
 - 1.3.3. Modelagem dimensional e seus tipos de esquemas
 - 1.3.4. Processo de Extração, Transformação e Carregamento (ETL)
 - 1.3.5. Metadados
- 1.4. Big Data e Captura de dados
 - 1.4.1. Captura
 - 1.4.2. Transformação
 - 1.4.3. Armazenamento
- 1.5. *Reporting Business Intelligence* (BI)
 - 1.5.1. Estruturas do BB.DD.
 - 1.5.2. BB.DD. OLTP y OLAP
 - 1.5.3. Exemplos
- 1.6. Os *Dashboards* ou balanced scorecards
 - 1.6.1. Painéis de controle
 - 1.6.2. Sistemas de suporte à decisão
 - 1.6.3. Sistemas de Informação Executiva

- 1.7. *Deep Learning*
 - 1.7.1. *Deep Learning*
 - 1.7.2. Fundamentos do *Deep Learning*
 - 1.7.3. Utilidades do *Deep Learning*
- 1.8. *Machine Learning*
 - 1.8.1. *Machine Learning*
 - 1.8.2. Fundamentos do *Machine Learning*
 - 1.8.3. Utilidades do *Machine Learning*
 - 1.8.4. *Deep Learning* vs. *Machine Learning*
- 1.9. Ferramentas e soluções de BI
 - 1.9.1. Escolha da melhor ferramenta
 - 1.9.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
 - 1.9.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
 - 1.9.4. Prometeus
- 1.10. Planejamento e gestão do Projeto BI
 - 1.10.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
 - 1.10.2. Solução BI para sua empresa
 - 1.10.3. Requisitos e objetivos

Módulo 2. Perspectiva de negócio

- 2.1. A empresa
 - 2.1.1. Capital, investimento e risco
 - 2.1.2. Morfologia das organizações: tamanho, forma, atividade e setores
 - 2.1.3. Organização e recursos
 - 2.1.4. A gestão e suas necessidades
- 2.2. Empresa: mercado e Cliente
 - 2.2.1. Mercado e clientes
 - 2.2.2. Análise e segmentação de mercado
 - 2.2.3. Competências direta e indireta
 - 2.2.4. Vantagem Competitiva
- 2.3. Estratégia Empresarial
 - 2.3.1. Estratégia de negócios
 - 2.3.2. Análise DAFO
 - 2.3.3. Objetivos e prazos
 - 2.3.4. Medição de resultados: conhecer a realidade
 - 2.3.5. Principais indicadores

- 2.4. Informação como um ativo
 - 2.4.1. Informação e gerenciamento
 - 2.4.2. Avaliação do Ciclo de Vida de Informação
 - 2.4.3. Sistema Operacional e Sistema Estratégico
- 2.5. Balanced Scorecard
 - 2.5.1. Quadro de pontuação: operacional, tático e estratégico
 - 2.5.2. Definição do CMI
 - 2.5.3. Perspectiva financeira
 - 2.5.4. Perspectiva de cliente
 - 2.5.5. Perspectiva de processos internos
 - 2.5.6. Perspectiva de aprendizagem e crescimento
- 2.6. Análise da Produtividade
 - 2.6.1. Receitas, gastos, investimentos e consumo
 - 2.6.2. Análise e alocação de custos
 - 2.6.3. ROI e outros índices relevantes
- 2.7. Distribuição e Vendas
 - 2.7.1. Relevância do departamento
 - 2.7.2. Canais e equipamentos
 - 2.7.3. Tipos de vendas e consumo
- 2.8. Outras áreas comuns
 - 2.8.1. Produção e prestação de serviços
 - 2.8.2. Distribuição e logística
 - 2.8.3. Comunicação comercial
 - 2.8.4. Marketing *Inbound*
- 2.9. *Data Management*
 - 2.9.1. Funções e responsabilidades
 - 2.9.2. Identificação dos (*Stakeholders*)
 - 2.9.3. Sistemas gestão da informação
 - 2.9.4. Tipo de Sistemas Operacionais
 - 2.9.5. Sistemas estratégicos de suporte de decisão
 - 2.9.6. Plataformas de informação: *Cloud Computing* vs. *On Premise*

- 2.10. Explorando informações
 - 2.10.1. Introdução ao SQL: conceitos básicos de bancos de dados relacionais
 - 2.10.2. Redes e comunicações: redes públicas/privadas, endereço de rede/subrede/router e DNS Tunnel VPN e SSH
 - 2.10.3. Sistema operacional: modelos de dados padronizados
 - 2.10.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional e *Dashboards* gráficos
 - 2.10.5. Análise estratégica de Banco de Dados e composição de reportes

Módulo 3. Transformação empresarial orientada por dados

- 3.1. *Big Data*
 - 3.1.1. *Big Data* nas empresas
 - 3.1.2. Conceito de valor
 - 3.1.3. Gestão de Projetos de valor
- 3.2. Marketing Digital
 - 3.2.1. Marketing Digital
 - 3.2.2. Benefícios do Marketing Digital
- 3.3. Plano E ação
 - 3.3.1. Campanhas e tipos
 - 3.3.2. Redenção e condução
 - 3.3.3. Tipos de estratégias
 - 3.3.4. Plano de Marketing Digital
- 3.4. Execução do plano de marketing
 - 3.4.1. *Customer Journey* (base-campanha-redenção-melhora) e Marketing Digital
 - 3.4.2. Integração de ferramentas de marketing digital em sites
 - 3.4.3. Ferramentas de Marketing Digital
- 3.5. *Customer Journey*
 - 3.5.1. Ciclo de vida de Clientes
 - 3.5.2. Associar campanhas ao ciclo de vida
 - 3.5.3. Métricas de campanha
- 3.6. Gestão de dados para campanhas
 - 3.6.1. *Data Warehouse* e *Data Lab*
 - 3.6.2. Ferramentas para a criação de campanhas
 - 3.6.3. Métodos de acionamento

- 3.7. GDPR em Marketing Digital
 - 3.7.1. Anonimização de dados e manipulação de dados pessoais
 - 3.7.2. Conceito Robinson
 - 3.7.3. Listas de exclusão
- 3.8. Painéis de controle
 - 3.8.1. KPIS
 - 3.8.2. Público
 - 3.8.3. Ferramentas
 - 3.8.4. *Storytelling*
- 3.9. Análise e caracterização de clientes
 - 3.9.1. Visão 360° do cliente
 - 3.9.2. Articulação da análise com ações táticas
 - 3.9.3. Ferramentas de análise
- 3.10. Exemplos comerciais aplicando técnicas de *Big Data*
 - 3.10.1. *Upselling/Cross-Selling*
 - 3.10.2. Modelos de propensão
 - 3.10.3. Modelo de risco
 - 3.10.4. Predições
 - 3.10.5. Processamento de imagem

Módulo 4. Visualização de dados

- 4.1. Visualização de dados
 - 4.1.1. Visualização de dados
 - 4.1.2. Importância da análise e visualização dos dados
 - 4.1.3. Evolução
- 4.2. O design
 - 4.2.1. Uso da cor
 - 4.2.2. Composição e tipografia
 - 4.2.3. Recomendações
- 4.3. Tipos de dados
 - 4.3.1. Qualitativos
 - 4.3.2. Quantitativos
 - 4.3.3. Dados temporários

- 4.4. Conjunto de dados
 - 4.4.1. Arquivos
 - 4.4.2. Bases de dados
 - 4.4.3. Open Data
 - 4.4.4. Dados em *streaming*
- 4.5. Tipos comuns de representações
 - 4.5.1. De colunas
 - 4.5.2. De barras
 - 4.5.3. De linhas
 - 4.5.4. De áreas
 - 4.5.5. De dispersão
- 4.6. Tipos avançado de representação
 - 4.6.1. Circulares
 - 4.6.2. De aneis
 - 4.6.3. De bolhas
 - 4.6.4. Mapas
- 4.7. Implementação por área
 - 4.7.1. Ciência política e sociologia
 - 4.7.2. Ciência
 - 4.7.3. Marketing
 - 4.7.4. Saúde e bem estar
 - 4.7.5. Meteorologia
 - 4.7.6. Negócios e finanças
- 4.8. *Storytelling*
 - 4.8.1. Importância do *Storytelling*
 - 4.8.2. História do *Storytelling*
 - 4.8.3. Aplicação do *Storytelling*
- 4.9. Software de visualização
 - 4.9.1. Comercial:
 - 4.9.2. Gratuitos
 - 4.9.3. Online
 - 4.9.4. Software livre
- 4.10. O futuro da visualização de dados
 - 4.10.1. Realidade virtual
 - 4.10.2. Realidade aumentada
 - 4.10.3. Inteligência artificial

Módulo 5. Programação para a análise de dados

- 5.1. Programação para a análise de dados
 - 5.1.1. Linguagem para a análise de dados
 - 5.1.2. Evolução e características das principais ferramentas
 - 5.1.3. Instalação e configuração
- 5.2. Tipos de dados
 - 5.2.1. Tipos básicos
 - 5.2.2. Tipos complexos
 - 5.2.3. Outras estruturas
- 5.3. Estruturas e operações
 - 5.3.1. Operações de dados
 - 5.3.2. Estruturas de controle
 - 5.3.3. Operações com arquivos
- 5.4. Extração e análise de informações
 - 5.4.1. Resumos estatísticos
 - 5.4.2. Análise univariada
 - 5.4.3. Análise multivariada
- 5.5. Visualização
 - 5.5.1. Gráficos univariados
 - 5.5.2. Gráficos univariados
 - 5.5.3. Outros gráficos de interesse
- 5.6. Pré-processamento
 - 5.6.1. A importância da qualidade dos dados
 - 5.6.2. Detecção e análise de *Outliers*
 - 5.6.3. Outros fatores de qualidade do *Dataset*
- 5.7. Pré-processamento avançado
 - 5.7.1. Subamostragem
 - 5.7.2. Reamostragem
 - 5.7.3. Redução da dimensionalidade
- 5.8. Modelos de dados
 - 5.8.1. Fases de modelagem
 - 5.8.2. Divisão do conjunto de dados
 - 5.8.3. Métricas para previsão

- 5.9. Modelos de dados avançado
 - 5.9.1. Modelos não supervisionados
 - 5.9.2. Modelos supervisionados
 - 5.9.3. Bibliotecas de modelagem
- 5.10. Ferramentas e práticas recomendadas
 - 5.9.1. Boas práticas para modelagem
 - 5.10.2. As ferramentas de um analista de dados
 - 5.10.3. Conclusão e livrarias de interesse

Módulo 6. *Digital Marketing Analytics*

- 6.1. Análise Web
 - 6.1.1. Análise Web Uso
 - 6.1.2. História
 - 6.1.3. Metodologia de aplicação
- 6.2. Google Analytics
 - 6.2.1. Relatórios do Google Analytics
 - 6.2.2. Métricas Dimensões.
 - 6.2.3. Objetivos de medição
- 6.3. Relatórios
 - 6.3.1. Métricas básicas
 - 6.3.2. KPIs (*Key Performance Indicators*) ou Métricas Avançadas
 - 6.3.3. Conversão
- 6.4. Dimensões.
 - 6.4.1. Campanha / palavra-chave (*Keyword*)
 - 6.4.2. Fonte/Mídia
 - 6.4.3. Conteúdo
- 6.5. Universal Analytics x Google Analytics4
 - 6.5.1. Diferenças UA vs. GA4
 - 6.5.2. Vantagens e limitações
 - 6.5.3. Uso das ferramentas UA e GA4
- 6.6. Configuração de Google Analytics

- 6.6.1. Instalação e integração
- 6.6.2. Estrutura Universal Analytics: contas, propriedades e visualizações
- 6.6.3. Metas e funis de conversão
- 6.7. Marketing no mercado de luxo
 - 6.7.1. Analíticas em tempo real
 - 6.7.2. Análise de audiências
 - 6.7.3. Análise de aquisição
 - 6.7.4. Analítica comportamental
 - 6.7.5. Analítica de conversões
- 6.8. Relatórios avançados
 - 6.8.1. Paineis
 - 6.8.2. Relatórios customizados
 - 6.8.3. API
- 6.9. Segmentação
 - 6.9.1. Diferença entre segmento e filtro
 - 6.9.2. Tipos de segmentos: pré-definidos / customizados
 - 6.9.3. Remarketing
- 6.10. Analítica Digital
 - 6.10.1. Medidas
 - 6.10.2. Implementação
 - 6.10.3. Conclusões

Módulo 7. Gerenciamento de dados

- 7.1. Estatística
 - 7.1.1. Estatísticas: descritivas e inferências
 - 7.1.2. População, amostra, individual
 - 7.1.3. Variáveis: definição, escalas de medição
- 7.2. Tipos de dados estatísticos
 - 7.2.1. De acordo com o tipo
 - 7.2.1.1. Quantitativos: dados contínuos e dados discretos
 - 7.2.1.2. Qualitativo: dados binomiais, dados nominais, dados ordinais
 - 7.2.2. De acordo com a forma: numérica, texto, lógica
 - 7.2.3. De acordo com sua fonte: primário, secundário
- 7.3. Planejamento de gerenciamento de dados



- 7.3.1. Definição dos objetivos
- 7.3.2. Determinação dos recursos disponíveis
- 7.3.3. Estabelecimento de prazos
- 7.3.4. Estruturas dos dados
- 7.4. Coleta de dados
 - 7.4.1. Metodologia de coleta
 - 7.4.2. Ferramentas de coleta
 - 7.4.3. Canais de coleta
- 7.5. Limpeza de dados
 - 7.5.1. Fases da limpeza de dados
 - 7.5.2. Qualidade dos dados
 - 7.5.3. Manipulação de dados (com R)
- 7.6. Análise de dados, interpretação e avaliação dos resultados
 - 7.6.1. Medidas estatísticas
 - 7.6.2. Índices de relação
 - 7.6.3. Mineração de dados
- 7.7. Visualização de dados
 - 7.7.1. Exibição adequada de acordo com o tipo de dados
 - 7.7.2. Considerações dos usuários finais
 - 7.7.3. Modelos executivos de apresentação de resultados
- 7.8. Armazém de dados (*Data Warehouse*)
 - 7.8.1. Elementos que o compõem
 - 7.8.2. Desenho
 - 7.8.3. Aspectos a considerar
- 7.9. Disponibilidade de dados
 - 7.9.1. Acesso
 - 7.9.2. Utilidade
 - 7.9.3. Segurança
- 7.10. Aplicações práticas
 - 7.10.1. Exame de dados
 - 7.10.2. Manipulação e ajuste de padrões e estruturas
 - 7.10.3. Aplicação de testes e modelagem

Módulo 8. Aprender sobre proteção de dados

- 8.1. Regulamentos de proteção de dados
 - 8.1.1. Marco regulatório
 - 8.1.2. Definições
 - 8.1.3. Sujeitos obrigados a cumprir o regulamento
 - 8.1.3.1. Diferenças entre controladores de dados, controladores conjuntos e processadores
 - 8.1.4. A figura do encarregado da proteção de dados
- 8.2. Regulamento harmonizado de Inteligência Artificial: proposta de um regulamento europeu
 - 8.2.1. Práticas proibidas
 - 8.2.2. Sistemas de inteligência artificial de alto risco
 - 8.2.3. Medida de apoio à Inovação
- 8.3. Princípios relativos ao processamento de dados pessoais
 - 8.3.1. Equidade, lealdade e transparência
 - 8.3.2. Limitação de propósito
 - 8.3.3. Minimização de dados, precisão e limitação do prazo de conservação
 - 8.3.4. Integridade e confidencialidade
 - 8.3.5. Responsabilidade proativa
- 8.4. Base da legalidade ou legitimidade e autorizações para o processamento, incluindo, quando apropriado, a comunicação de dados
 - 8.4.1. Consentimento
 - 8.4.2. Relação Contratual ou Medidas Pré-contratuais
 - 8.4.3. Cumprimento de uma obrigação legal
 - 8.4.4. Proteção de interesses vitais da pessoa em questão ou outra pessoa
 - 8.4.5. Interesse Público ou exercício do Poder Público
 - 8.4.6. Interesses legítimos: equilíbrio de interesses
- 8.5. Direitos dos indivíduos
 - 8.5.1. Transparência e informação
 - 8.5.2. Acesso
 - 8.5.3. Retificação e supressão (direito a ser esquecido), limitação e portabilidade
 - 8.5.4. Oposição e decisões individuais automatizadas

- 8.5.5. Limitações dos direitos
- 8.6. Proteção de dados por projeto: análise e gerenciamento dos riscos do processamento de dados pessoais
 - 8.6.1. Identificação dos riscos e ameaças aos direitos e liberdades das pessoas físicas
 - 8.6.2. Avaliação de risco
 - 8.6.3. Plano de tratamento de risco
- 8.7. Técnicas para garantir o cumprimento da Regulamento de Proteção de Dados
 - 8.7.1. Identificação de medidas pró-ativas de prestação de contas
 - 8.7.2. Medidas organizativas
 - 8.7.3. Medidas técnicas
 - 8.7.4. O Registro de atividades do tratamento
 - 8.7.5. Gestão de brechas de segurança
 - 8.7.6. Códigos de Conduta e Certificações
- 8.8. A Avaliação de Impacto da Proteção de Dados Pessoais (EIPD ou DPIA)
 - 8.8.1. Avaliação das necessidades do EIPD
 - 8.8.2. Metodologias de avaliação
 - 8.8.3. Identificação de riscos e ameaças
 - 8.8.4. Consulta prévia da autoridade de controle
- 8.9. Regulação contratual entre controladores, processadores e, quando apropriado, outros internacionales de datos
 - 8.9.1. Contrato de acesso ou processamento de dados
 - 8.9.2. Contratos entre corresponsáveis
 - 8.9.3. Responsabilidades das partes
 - 8.9.4. Definição e salvaguardas a serem adotadas nas transferências internacionais
- 8.10. As autoridades de controle Infrações e sanções
 - 8.10.1. Infrações
 - 8.10.2. Sanções
 - 8.10.3. Procedimentos de penalização
 - 8.10.4. As autoridades de controle e os mecanismos de cooperação

Módulo 9. *Business Intelligence* e Inteligência Artificial: estratégias e aplicações

- 9.1. Serviços financeiros
 - 9.1.1. As implicações da Inteligência Artificial (IA) nos serviços financeiros Oportunidades e desafios
 - 9.1.2. Casos de uso
 - 9.1.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.1.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA
- 9.2. Implicações da Inteligência Artificial na área de saúde
 - 9.2.1. Implicações da IA no setor da saúde Oportunidades e desafios
 - 9.2.2. Casos de uso
- 9.3. Riscos relacionados ao uso de IA na área de saúde
 - 9.3.1. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.3.2. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA
- 9.4. *Retail*
 - 9.4.1. Participação da IA no *Varejo* Oportunidades e desafios
 - 9.4.2. Casos de uso
 - 9.4.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.4.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA
- 9.5. Indústria 4.0
 - 9.5.1. Participação da IA no Indústria 4.0 Oportunidades e desafios
 - 9.5.2. Casos de uso
- 9.6. Potenciais riscos relacionados ao uso de IA da Indústria 4.0
 - 9.6.1. Casos de uso
 - 9.6.2. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.6.3. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA
- 9.7. Administração pública
 - 9.7.1. Implicações da IA na Administração Pública: oportunidades e desafios
 - 9.7.2. Casos de uso
 - 9.7.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.7.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA
- 9.8. Educação
 - 9.8.1. Implicações da IA na educação: oportunidades e desafios
 - 9.8.2. Casos de uso
 - 9.8.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.8.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

- 9.9. Silvicultura e agricultura
 - 9.9.1. Participação da IA na silvicultura e na agricultura Oportunidades e desafios
 - 9.9.2. Casos de uso
 - 9.9.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.9.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA
- 9.10. Recursos humanos
 - 9.10.1. Participação da IA nos Recursos Humanos Oportunidades e desafios
 - 9.10.2. Casos de uso
 - 9.10.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
 - 9.10.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

Módulo 10. Otimização do capital humano na empresa

- 10.1. Capital humano na empresa
 - 10.1.1. Valor do capital humano no mundo tecnológico
 - 10.1.2. Habilidades de gestão
 - 10.1.3. Mudança de paradigma nos modelos de gestão
- 10.2. Competências do Diretor
 - 10.2.1. O processo de gestão
 - 10.2.2. As funções da direção
 - 10.2.3. Gerenciamento de liderança de grupo em relações de grupo de empresas
- 10.3. Comunicação nos negócios
 - 10.3.1. O processo de comunicação na empresa
 - 10.3.2. Relações Interpessoais na empresa
 - 10.3.3. Técnicas de comunicação para mudança
 - 10.3.3.1. *Storytelling*
 - 10.3.3.2. Técnicas de Comunicação Assertiva *Feedback*, Consenso
- 10.4. *Coaching* Empresarial
 - 10.4.1. *Coaching* Empresarial
 - 10.4.2. A prática do *Coaching*
 - 10.4.3. Tipos de *coaching* e *coaching* em organizações
 - 10.4.3.1. O *Coaching* como estilo de liderança
- 10.5. *Mentoring* empresarial
 - 10.5.1. O *Mentoring* nos negócios
 - 10.5.2. Os 4 processos de um programa de *mentoring*
 - 10.5.3. Benefícios desta ferramenta comercial
- 10.6. Mediação e Resolução de Conflitos na Empresa
 - 10.6.1. Os conflitos
 - 10.6.2. Prevenir, abordar e resolver conflitos
 - 10.6.3. Estresse e motivação profissional
- 10.7. Técnicas de negociação
 - 10.7.1. A negociação na gestão de empresas de tecnologia
 - 10.7.2. Estratégias e principais tipos de negociação
 - 10.7.2.1. A figura do sujeito negociador
- 10.8. Gestão de Mudanças Empresariais
 - 10.8.1. Fatores de mudança organizacional
 - 10.8.2. Planejamento estratégico
 - 10.8.3. Gestão de mudanças organizacionais
 - 10.8.3.1. Para Mudanças Intangíveis: equipes, comunicação, cultura, liderança
 - 10.8.3.2. Para mudanças básicas ou tangíveis: estabelecimento de metas, medição de desempenho, aprendizagem, reconhecimento e recompensas
- 10.9. Técnicas de aperfeiçoamento no funcionamento de uma equipe
 - 10.9.1. Técnicas de trabalho em equipe
 - 10.9.2. Delegação nas equipes de trabalho
- 10.10. Dinâmica de grupos Classificação
 - 10.10.1. O papel do dinamizador
 - 10.10.2. Técnicas de dinâmica de grupo
 - 10.10.2.1. *Brainstorming*
 - 10.10.2.2. Phillips 6/6
 - 10.10.2.3. O Balão de Ar Quente D

07

Estágio

Depois de concluída a fase teórica desse Mestrado Próprio Semipresencial, os alunos terão acesso a um período de aprendizado no local em uma empresa líder na área de *Business Intelligence*. Durante esse período, o aluno poderá colocar em prática todas as competências e habilidades que adquiriu e desenvolver todo o seu potencial ao lado de profissionais que dominam o setor de tecnologia.





“

Comece um estágio prático em que você terá ao seu alcance as ferramentas e técnicas de análise de dados atualmente em uso”

O período de Capacitação Prática deste programa de MBA em Gestão de *Business Intelligence* consiste em um curso de três semanas, no qual o profissional de TI estará presente em uma empresa digital líder nessa área, juntamente com uma equipe altamente especializada. Um conhecimento que lhe dará a oportunidade de crescer em um campo em que é necessário um conhecimento elevado e amplo tanto para empreender na área digital quanto para gerenciá-los.

Assim, esse estágio permitirá que os alunos gerenciem bancos de dados na área de *Business Intelligence* e utilizem as principais ferramentas usadas atualmente pelas empresas do setor para análise de dados, interpretação, processamento e estabelecimento de planos de Marketing Digital usando *Big Data* e informações coletadas pela empresa. Um compêndio completo de atividades que podem ser realizadas sob a supervisão de um tutor da empresa onde será a Capacitação Prática e de um professor da TECH que ajudará os alunos a atingirem seus objetivos durante esse período.

Sem dúvida, é uma oportunidade de aprender trabalhando em um campo em que a inovação é uma ocorrência diária e em que a inteligência artificial passou por um desenvolvimento espetacular. No entanto, o componente humano é sempre vital em qualquer projeto empresarial e é por isso que, neste programa, também haverá espaço para aprender sobre métodos de *Mentoring* empresarial, bem como técnicas para melhorar o desempenho da equipe.



Os procedimentos descritos abaixo constituirão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Aplicação de <i>Business Intelligence</i> na empresa	Gerenciar bancos de dados na área de <i>Business Intelligence</i>
	Definir os requisitos, os objetivos e a estrutura de um projeto de <i>Business Intelligence</i>
	Análise de produtividade seguindo parâmetros como o ROI
	Gerenciar dados comerciais relevantes para definir funções, responsabilidades e <i>Stakeholders</i>
	Praticar o <i>Coaching</i> e <i>Mentoring</i> empresarial
Aplicação da Inteligência Artificial na empresa	Adaptar o uso da inteligência artificial com base no setor que está sendo direcionado
	Analisar em tempo real o público, a aquisição, o comportamento e as conversões
	Usar o Google Analytics para gerar relatórios avançados com métricas de interesse e para dar suporte a fluxos de trabalho
	Utilizar ferramentas de <i>Deep Learning</i> , <i>Aprendizado de Máquina</i> e <i>Business Intelligence</i> para responder a diferentes problemas
	Valorizar o uso de realidade virtual ou aumentada para uma apresentação de dados atraente
Gestão de dados na empresa	Planejar a gestão, a coleta e a limpeza adequadas dos dados de acordo com os objetivos comerciais
	Projetar ou refinar o <i>Armazém de Dados</i> para o uso contínuo dos dados coletados pela empresa
	Definir a segurança adequada para todos os dados armazenados, com protocolos bem implementados
	Adaptar os métodos de coleta e armazenamento de dados para cumprir as normas de proteção de dados em vigor
	Adotar técnicas organizacionais e de TI para o processamento correto dos dados.
Transformação de negócios orientada por dados	Realizar um plano de Marketing Digital utilizando o <i>Big Data</i> e as informações coletadas pela empresa
	Analisar o ciclo de vida do cliente e diversas métricas de campanha para detectar possíveis áreas para aprimoramento da campanha
	Realizar <i>Briefings</i> ou apresentações de forma ágil, aplicando métodos avançados de visualização de dados
	Aplicar o <i>Storytelling</i> e a narrativa à apresentação usual de dados
	Conhecer as principais ferramentas de análise de dados

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?

Esse programa de Mestrado Próprio Semipresencial inclui um itinerário de treinamento prático em uma empresa onde você poderá desenvolver todo o seu potencial nas mãos de uma equipe de profissionais especializados com ampla experiência no campo digital, especialmente em *Business Intelligence*. Uma entidade que foi selecionada pela TECH com o firme objetivo de oferecer aos alunos uma educação de qualidade que os ajudará a atingir seus objetivos profissionais.





“

*Complete seus conhecimentos com
uma Capacitação Prática que o
aproxima do mundo profissional”*

tech 46 | Onde posso realizar o Estágio?



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



Escola de Negócios

Mecides

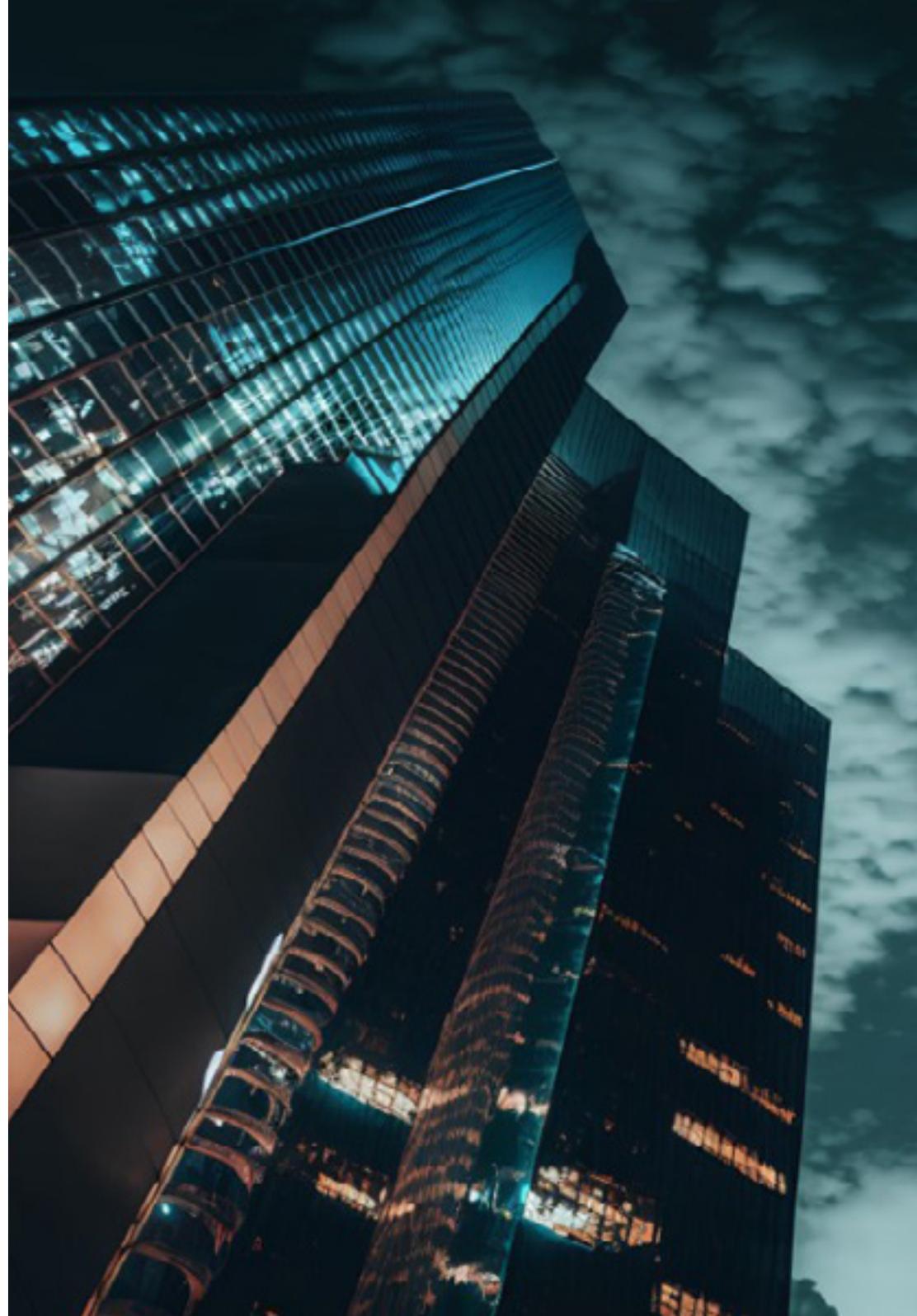
País	Cidade
Espanha	Santa Cruz de Tenerife

Endereço: Avenida de la Trinidad, 61, 6ª planta, of. 5 y 7, 38204. San Cristóbal de La Laguna, Tenerife

Consultores especializados no impulso de projetos de PD&I na Espanha

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Business Intelligence
- Gestão de Projetos





Onde posso realizar o Estágio? | 47 **tech**



Escola de Negócios

NeoAttack

País	Cidade
Espanha	Madri

Endereço: Calle Santa Engracia 151,
Planta 1, 1, Madrid

A NeoAttack lidera o mercado com estratégias de SEO e publicidade.

Capacitações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- Desenvolvimento de software



Escola de Negócios

Web Experto

País	Cidade
Argentina	Santa Fé

Endereço: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso Oficina
17, Rosario, Santa Fe

Empresa de gestão digital e orientação para web

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão comercial e vendas
- MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

The Social Surfers

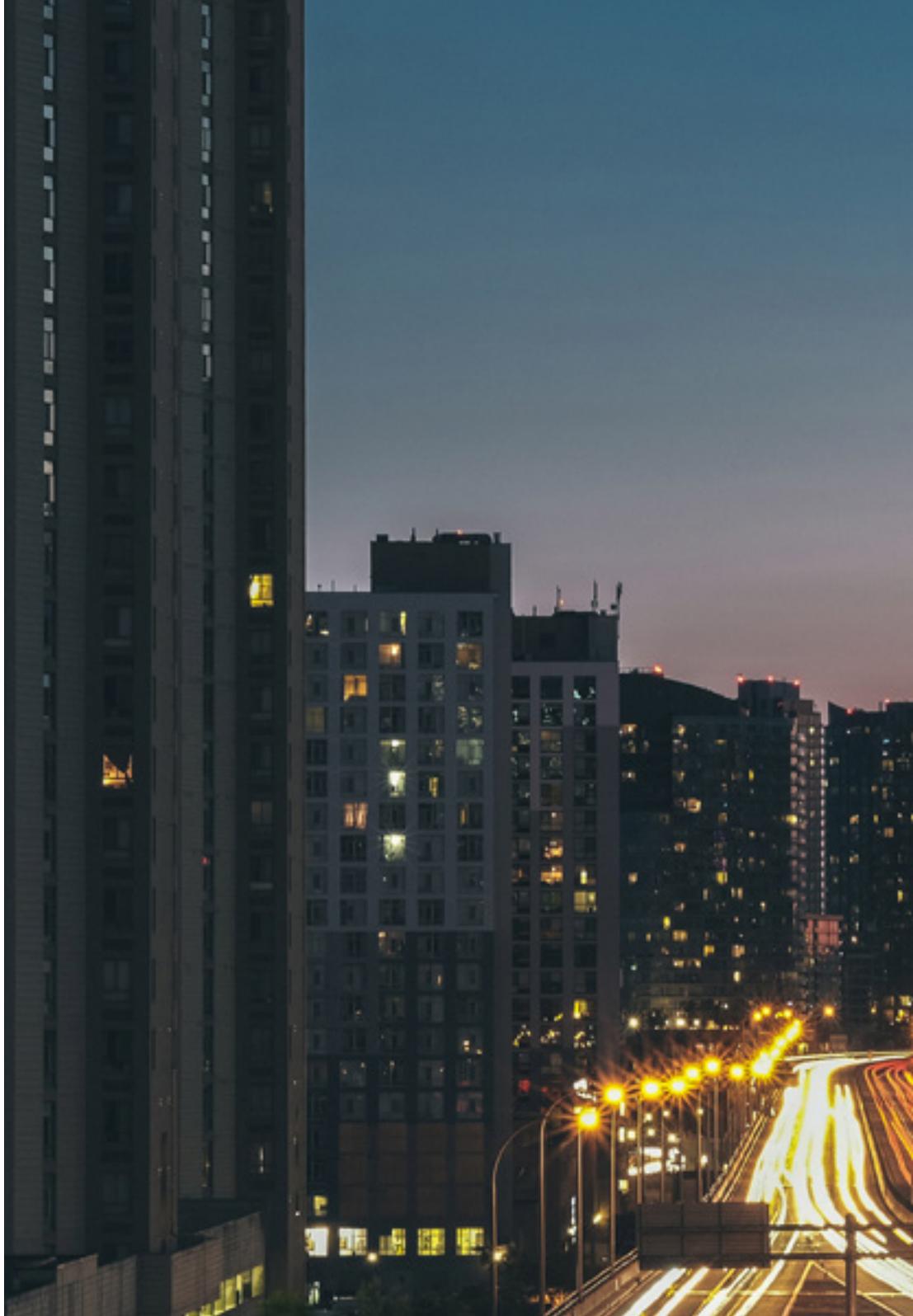
País	Cidade
Argentina	Cidade Autônoma de Buenos Aires

Endereço: Avda. del Libertador 8142 Nuñez,
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Empresa de comunicação, marketing e análise da web

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Mídia Social e Community Manager





Escola de Negócios

CBM innovación en estrategias SAS

País: México
Cidade: 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: México
Cidade: 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

09

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”

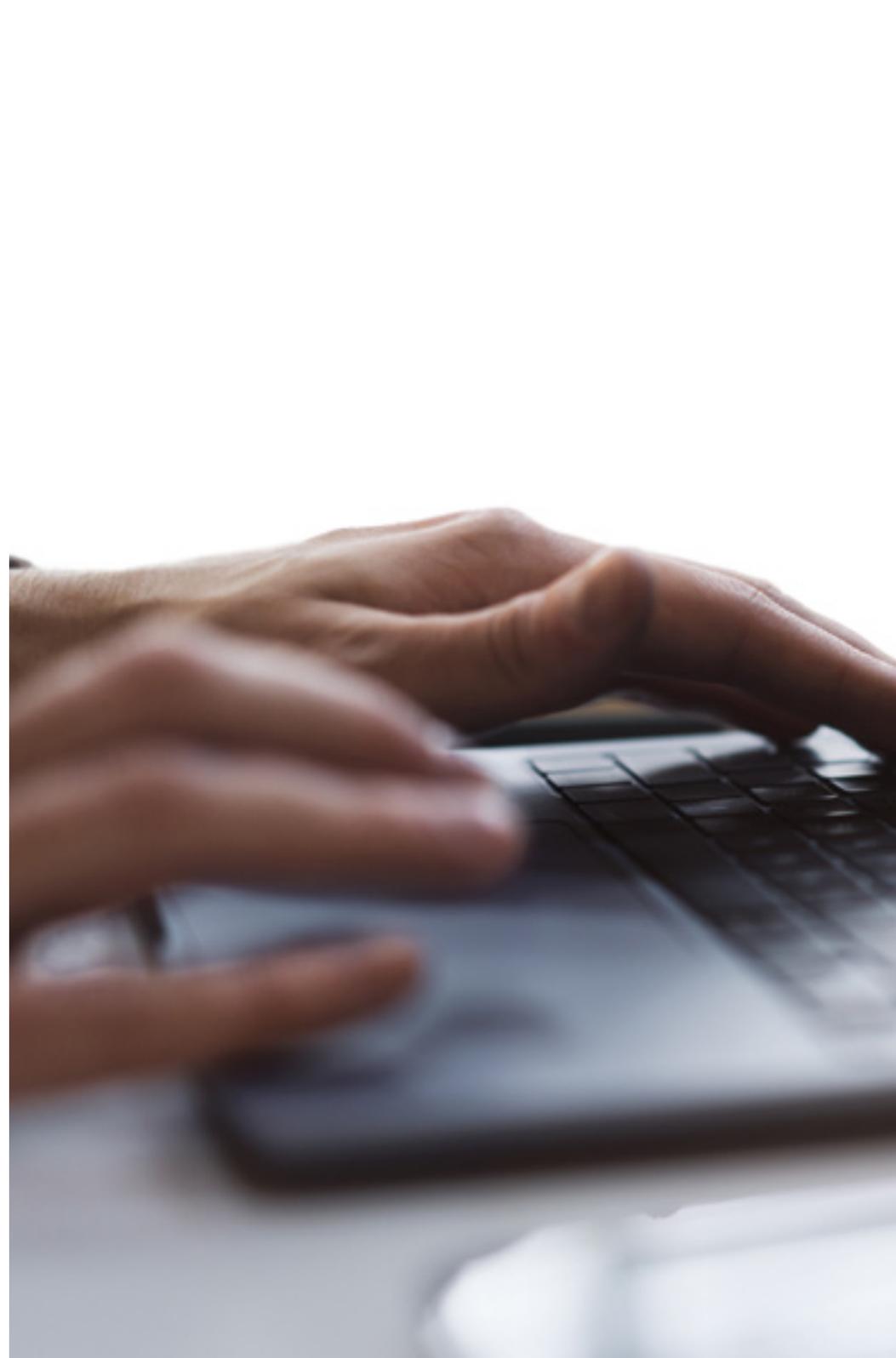
O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

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.

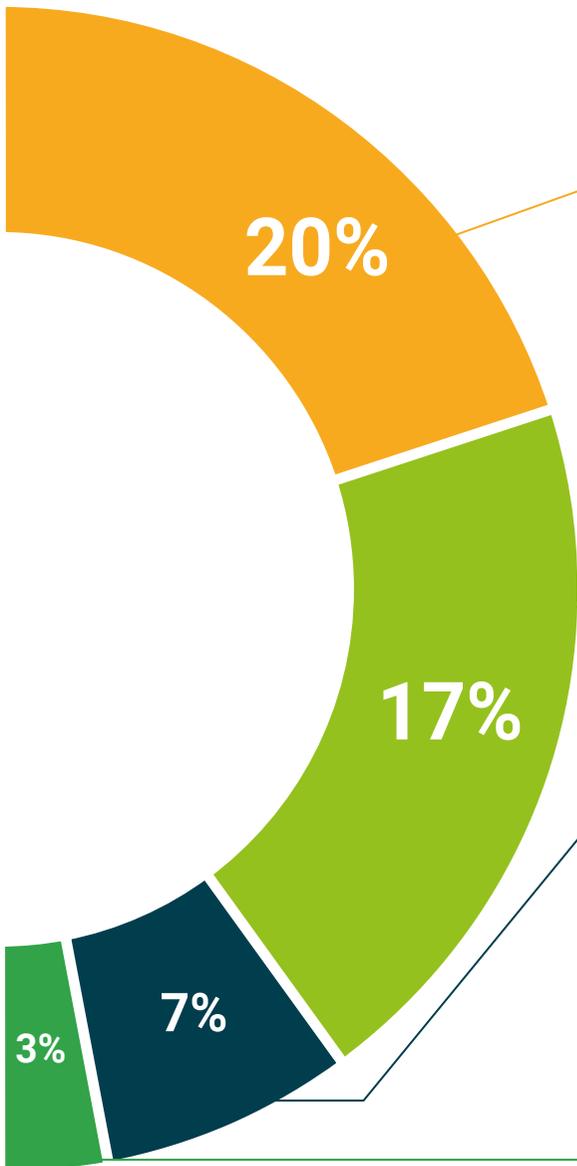
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



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.



10 Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Gestão de Business Intelligence garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio 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 MBA em Gestão de Business Intelligence** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

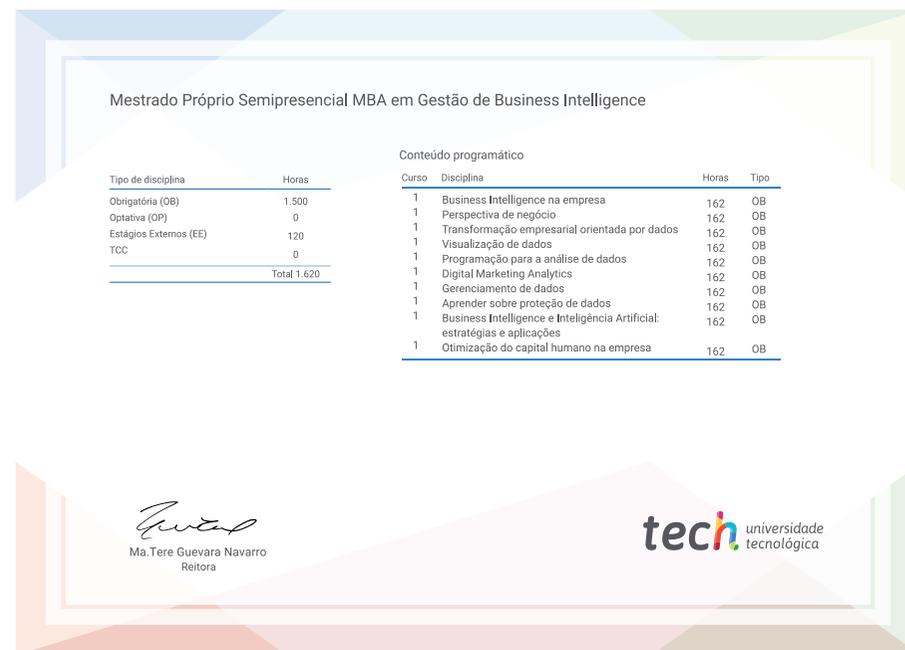
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Gestão de Business Intelligence**

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

Duração: **12 meses**



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

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento
presente
desenvolvimento



Mestrado Próprio Semipresencial
MBA em Gestão de Business
Intelligence

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Business Intelligence