

# Mestrado Próprio Semipresencial

## MBA em Negócios Digitais





## Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Negócios Digitais

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-mba-negocios-digitais](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-mba-negocios-digitais)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Por que fazer este Mestrado  
Próprio Semipresencial?

---

*pág. 8*

03

Objetivos

---

*pág. 12*

04

Competências

---

*pág. 18*

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. 46*

10

Certificado

---

*pág. 54*

# 01

# Apresentação

O desenvolvimento da TIC, associado ao crescimento do comércio eletrônico e às possibilidades da Web 4.0, incentivou o redirecionamento de muitas empresas, ou parte delas, para o mercado digital. No entanto, esse é um ambiente complexo, que exige conhecimentos específicos para garantir os melhores resultados e lidar com a concorrência implacável. Por esse motivo, a figura do profissional de Marketing e Web Analytics assumiu grande importância, encontrando nesse campo uma ampla variedade de oportunidades de trabalho. Para atingir o grau de especialização exigido pelo mercado, os alunos têm acesso a esse programa muito completo. Uma experiência acadêmica que combina teoria e prática em uma qualificação altamente capacitada para o domínio de estratégias de gestão relacionadas a negócios digitais.



“

*Você está procurando uma capacitação para se especializar em Marketing Digital e Análise da Web? Matricule-se em um programa como este, que combina teoria e prática em uma experiência única e inigualável"*



A Web está repleta de milhões de empresas que decidiram oferecer seus produtos e serviços online, de modo que a grande concorrência existente transforma os negócios digitais em uma luta constante para ocupar as primeiras posições nos principais mecanismos de pesquisa. Muitas organizações encontraram no comércio eletrônico uma oportunidade de continuar suas atividades, algo que, com o tempo, tornou-se uma tarefa cada vez mais complexa.

Por isso, a figura do profissional de Marketing e Web Analytics adquiriu especial relevância, pois, com base em seu conhecimento especializado das principais estratégias de SEO, SEM e publicidade online personalizada, ele é capaz de obter uma série de resultados garantidos, algo impossível por meio de técnicas tradicionais. Por essa razão, e com base nas múltiplas oportunidades profissionais que os alunos podem encontrar nesse campo, a TECH desenvolveu este completíssimo Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Negócios Digitais, um programa que combina teoria e prática em uma experiência acadêmica de 1.620 horas da melhor capacitação.

Graças a este programa, os alunos poderão expandir e atualizar seus conhecimentos sobre as principais estratégias de comércio eletrônico e marketing de mecanismos de busca, aprofundando-se na comunicação digital e na inovação por meio das tecnologias existentes atualmente. Para isso, será fornecida uma variedade de material teórico e adicional apresentado em um formato conveniente e acessível 100% online.

No entanto, apesar da qualidade do conteúdo, o ponto forte desse programa está na possibilidade de uma colocação prática de 120 horas em uma grande empresa do setor. Dessa forma, o aluno fará parte da equipe da agência, participando ativamente do seu trabalho diário e fazendo uso da tecnologia profissional mais avançada e inovadora na área de negócios digitais. É, portanto, uma oportunidade única de acrescentar ao seu currículo uma experiência altamente capacitadora que abrirá muitas portas em sua futura carreira.

Esse **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Negócios Digitais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por profissionais do setor de análise web, bem como por especialistas em gestão e análise de dados de negócios digitais
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático foi projetado para fornecer informações científicas e assistenciais sobre as disciplinas médicas essenciais para a prática profissional
- ♦ Criação de campanhas por meio do *Addwords*, *Google Shopping* e *Social Media* para apps ou reMarketing
- ♦ O melhor conteúdo para conhecer em detalhes as características da análise da Web por meio do domínio exaustivo das principais estratégias de interpretação e estudo de dados para a otimização correta de sites.
- ♦ Inclusão das técnicas mais eficazes para obter a otimização adequada do site e aumentar o tráfego e as conversões orgânicas.
- ♦ Aulas teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet
- ♦ Além disso, o aluno poderá fazer um estágio em uma das melhores empresas do setor de publicidade e marketing online.

“

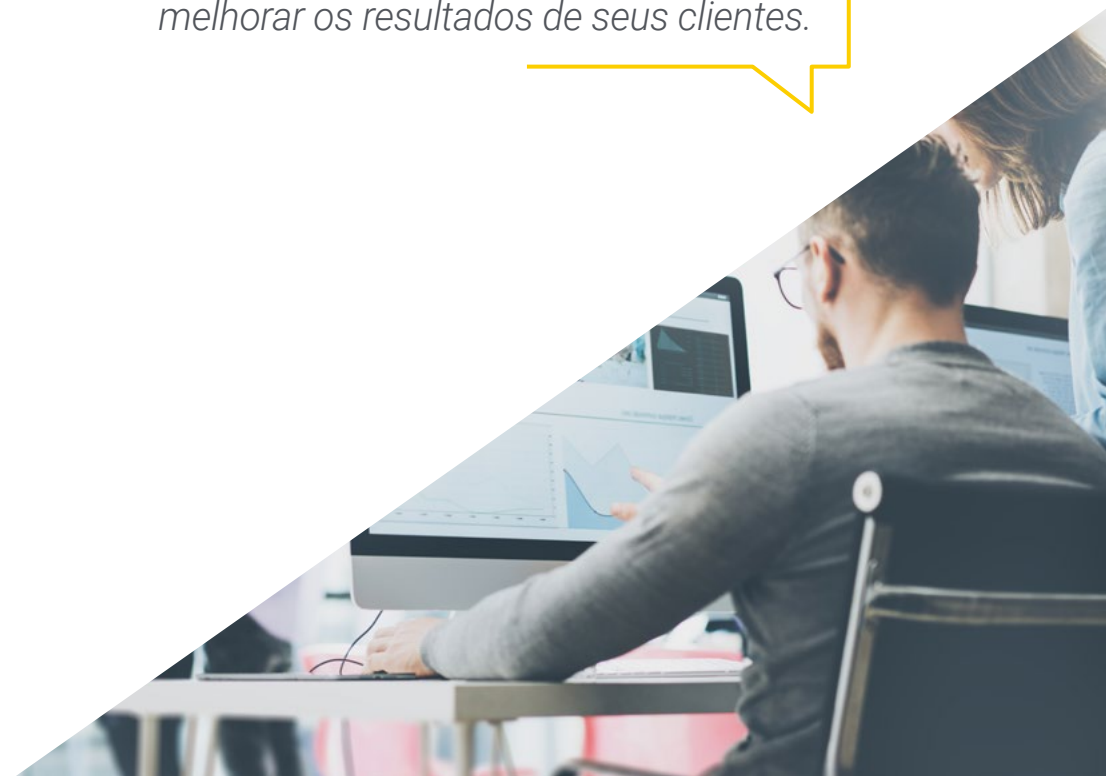
*Análise de SEO e SEM, estratégias de medição, técnicas para melhorar o posicionamento nos mecanismos de busca, etc. Com este programa, você trabalhará em todos esses aspectos e muito mais!"*

Nesta proposta de Mestrado Próprio, de natureza profissional e modalidade semipresencial, o programa se destina a atualizar os profissionais de administração que exercem suas funções nos ambientes digitais mais complexos, para os quais é necessário um conhecimento exaustivo. O conteúdo se baseia nas evidências mais recentes da área e é orientado de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática administrativa e ao gerenciamento de dados da Web, e os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização do conhecimento e permitirão a tomada de decisões para uma orientação e uma função de trabalho corretas.

Graças ao seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, eles permitirão que o profissional de gestão obtenha um aprendizado situado e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um aprendizado imersivo programado para capacitar em situações reais. O desenvolvimento deste programa se concentra no aprendizado baseado em problemas, por meio do qual o aluno terá de tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem durante o programa. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

*Esta capacitação dará à sua carreira uma qualidade diferenciada, com base em um conhecimento profundo da área em expansão dos negócios digitais.*

*Você poderá se manter atualizado com as tendências mais avançadas e eficazes em Mobile Marketing e usá-las para melhorar os resultados de seus clientes.*



02

# Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

O comércio eletrônico é uma das muitas potencialidades que as novas tecnologias de informação e comunicação revelaram e que muitas empresas com foco digital estão colocando em prática. O domínio dessas atividades exige conhecimentos atualizados e as habilidades mais complexas. O aluno da TECH encontrará todos eles em uma capacitação de excelência que integra perfeitamente o ensino teórico com o aprendizado prático.





“

*Este Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Negócios Digitais é tudo o que você precisa para elevar sua carreira profissional ao mais alto nível de excelência”*

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

As tecnologias móveis, de redes sociais e de comércio eletrônico mais inovadoras do momento estarão disponíveis para o aluno nessa capacitação. Dessa forma, cada um dos alunos será capaz de lidar com eles profissionalmente e integrá-los em seu trabalho diário de forma rápida e flexível, para se tornarem os especialistas mais procurados nessa área do mercado de negócios.

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

A TECH oferece aos seus alunos orientação personalizada ao lado dos principais especialistas na implementação de negócios digitais. Um grupo formado por esses especialistas ajudará os alunos durante o aprendizado teórico do conteúdo deste Mestrado Próprio Semipresencial e outros serão encarregados de supervisionar o desenvolvimento de novas habilidades durante um estágio prático intensivo.

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

Sob critérios meticulosos de excelência, a TECH escolhe as instituições que receberão seus alunos para a prática profissional desse programa de estudos. Todas as entidades selecionadas possuem alto prestígio, bem como as tecnologias mais inovadoras do mercado empresarial.





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

Embora essa qualificação seja composta por uma grande parte teórica, sua fase prática também é de importância fundamental. Por meio dele e de várias ferramentas de aprendizado prático, os alunos participarão de projetos que lhes proporcionarão os conhecimentos mais atualizados no campo da liderança em negócios digitais.

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

A TECH, a maior universidade digital do momento, conta com uma rede de convênios e colaboradores de âmbito internacional. Dessa forma, seus alunos poderão acessar centros de estágio localizados em diferentes latitudes geográficas e desenvolver competências com base em padrões globalizados.



*Você realizará uma imersão prática completa no centro de sua escolha"*

# 03

## Objetivos

A crescente demanda de trabalho por profissionais que gerenciem com perfeição as principais estratégias e ferramentas do Marketing Digital e da publicidade online personalizada é a razão pela qual a TECH e sua equipe de especialistas em Web Analytics decidiram criar este programa multidisciplinar. Portanto, o objetivo do programa é fornecer aos alunos conhecimentos teóricos e práticos que lhes permitirão implementar as técnicas mais vanguardistas e inovadoras para otimizar sites com base nas exigências do mercado atual.





“

*Sejam quais forem os seus objetivos, a TECH fornecerá tudo o que você precisa para alcançá-los por meio do estudo desta capacitação muito completa”*





## Objetivo geral

---

- Este programa prático foi proposto pela TECH e sua equipe de especialistas em Negócios Digitais com o objetivo de proporcionar ao aluno uma experiência por meio da qual ele possa desenvolver as estratégias mais inovadoras para a criação de novas oportunidades nos mercados existentes. Além disso, a capacitação ajudará a compreender o ambiente competitivo enfrentado pelas empresas digitais atuais, bem como a aprender em detalhes as técnicas e ferramentas mais avançadas e eficazes para o manejo de SEM e publicidade online personalizada.

“

*Domine as técnicas de Inbound Marketing de otimização de conteúdo agora está ao seu alcance com este Mestrado Próprio Semipresencial”*





## Objetivos específicos

---

- ◆ Desenvolver um plano de negócios
- ◆ Conhecer em profundidade as fases de criação de uma empresa
- ◆ Implementar estratégias de digitalização para uma empresa, tomando as decisões certas para alcançar os objetivos planejados
- ◆ Analisar e identificar os fatores de dificuldades ou oportunidades em ambientes digitais
- ◆ Liderar processos de mudança de negócios baseados na digitalização
- ◆ Realizar estratégias de marketing digital e comércio eletrônico
- ◆ Aplicar ferramentas de SEO e SEM em campanhas de marketing
- ◆ Utilizar as mídias sociais para realizar campanhas de marketing e publicidade
- ◆ Identificar as mudanças necessárias para a melhoria da gestão e direção da empresa, com base na orientação da estratégia para o ambiente digital
- ◆ Desenvolver as habilidades de gestão necessárias para liderar o crescimento e a expansão de empresas que operam em ambientes digitais
- ◆ Projetar e planejar campanhas de reputação online
- ◆ Gerenciar ferramentas de monitoramento online para entender o alcance das campanhas de marketing
- ◆ Realizar campanhas de e-mailing eficazes
- ◆ Compreender a análise da web e as métricas digitais das ferramentas utilizadas
- ◆ Obter um entendimento profundo de como o comércio eletrônico é conduzido
- ◆ Entender e administrar as finanças internacionais
- ◆ Compreender as novas tendências do comércio eletrônico por meio de celulares

# 04

# Competências

Essa universidade se caracteriza, além de sua qualidade e integridade acadêmica, por seu compromisso com o crescimento de cada um de seus alunos. Por esse motivo, oferece programas nos quais os alunos poderão aperfeiçoar, de forma garantida, suas habilidades profissionais, elevando seu talento ao topo do setor. Portanto, ao optar por estudar este Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno estará investindo em uma capacitação com a qual poderá se tornar uma referência na área de Marketing e gerenciamento analítico de negócios digitais.





“

*A TECH garante que, com o estudo deste programa, você aperfeiçoará suas habilidades em comunicação digital, sendo capaz de melhorar a reputação online das empresas para as quais trabalha”*



## Competências gerais

---

- Controlar e gerenciar as finanças corporativas
- Desenvolver a estratégia corporativa e competitiva da empresa
- Aplicar os diferentes modelos de negócios baseados na era digital
- Aplicar técnicas inovadoras na concepção e gestão de projetos

“

*Você irá unir teoria e prática profissional de maneira harmoniosa, através de uma abordagem educativa desafiadora e gratificante”*







## Competências específicas

---

- Aplicar técnicas de comércio eletrônico
- Implementar campanhas de Marketing Digital para melhorar o posicionamento da empresa diante dos seus concorrentes, bem como sua reputação digital.
- Colocar em prática as técnicas de marketing dos motores de busca
- Utilizar as mídias sociais como ferramenta indispensável para melhorar a conscientização da empresa
- Ter um amplo conhecimento dos consumidores
- Realizar ações de análise da Internet para direcionar a campanha de marketing e comunicação de tal forma que seja mais eficaz no cumprimento dos objetivos da empresa

# 05

## Direção do curso

A TECH selecionou para este Mestrado Próprio Semipresencial um grupo de professores especializados em Marketing Digital e Análise da Web. Trata-se de um grupo de especialistas com uma extensa e longa carreira no setor de negócios em várias áreas, mas sempre com foco no ambiente online. Além disso, são especialistas ativos, portanto conhecem em detalhes as técnicas e estratégias mais inovadoras e eficazes, que serão incluídas, de forma garantida, no programa de estudos que eles mesmos elaboraram.





“

*Não são todas as universidades que dão aos seus alunos a oportunidade de crescer acadêmica e profissionalmente ao lado dos melhores especialistas do setor. É por isso que a TECH é diferente”*

## Direção



### Sr. José Galán

- ♦ Especialista em Marketing Online
- ♦ Diretor de E-Marketing da TECH Universidade de Tecnologia
- ♦ Blogger em Coisas sobre *Marketing Online*
- ♦ Diretor de Marketing Corporativo da Médica Panamericana
- ♦ Formado em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Complutense de Madri
- ♦ Programa Superior Europeu em Marketing Digital pela ESIC







# 06

## Conteúdo programático

A TECH inclui neste tipo de programa 1.500 horas do melhor conteúdo teórico, prático e adicional, este último apresentado de diferentes maneiras: desde vídeos detalhados até artigos de pesquisa e leituras complementares para aprofundar de forma personalizada as diferentes seções do programa de estudos. Tudo isso é apresentado em um formato conveniente e acessível 100% online, compatível com qualquer dispositivo com conexão à Internet. Dessa forma, o aluno poderá decidir quando fazer o programa e de onde, adaptando a experiência acadêmica à sua própria disponibilidade.





“

*Você poderá implementar em sua prática profissional as técnicas de marketing digital e comércio eletrônico que estão tendo os melhores resultados no momento”*

## Módulo 1. Ambiente competitivo e estratégia

- 1.1. Entorno econômico global
  - 1.1.1. Bases da economia global
  - 1.1.2. A globalização dos mercados comerciais e financeiros
  - 1.1.3. Empreendedorismo e novos mercados
- 1.2. Finanças Corporativas
  - 1.2.1. Política financeira e crescimento
  - 1.2.2. Métodos de avaliação de empresas
  - 1.2.3. Estrutura de capital e alavancagem financeira
- 1.3. Análise econômica das decisões
  - 1.3.1. Controle Orçamentário
  - 1.3.2. Análise da concorrência. Análise comparativo
  - 1.3.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento comercial
- 1.4. Sistemas e tecnologias de informação nos negócios
  - 1.4.1. Evolução do modelo de TI
  - 1.4.2. Organização e Departamento de TI
  - 1.4.3. A tecnologia da informação e o ambiente econômico
- 1.5. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica
  - 1.5.1. Criação de valor para clientes e acionistas
  - 1.5.2. Decisões estratégicas SI/TI
  - 1.5.3. Estratégia corporativa vs. Estratégia tecnológica e digital
- 1.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
  - 1.6.1. *Business Intelligence*
  - 1.6.2. *Data Warehouse*
  - 1.6.3. BSC ou Balanced Scorecard
- 1.7. Estratégia digital
  - 1.7.1. Estratégia tecnológica e seu impacto na inovação digital
  - 1.7.2. Planejamento estratégico de TI
  - 1.7.3. Estratégia e a Internet

- 1.8. Modelos de negócio baseados na Internet
  - 1.8.1. Análise de empresas estabelecidas no setor de tecnologia
  - 1.8.2. Sistemas de geração de modelos de negócios
  - 1.8.3. Análise de modelos de negócios inovadores em setores tradicionais
  - 1.8.4. Análise de modelos de negócios inovadores na Internet
- 1.9. Sistemas empresariais colaborativos baseados na Internet
  - 1.9.1. Sistemas de gestão de clientes: CRM
  - 1.9.2. Sistemas de gerenciamento da cadeia de fornecimento
  - 1.9.3. Sistemas de comércio eletrônico
- 1.10. *Social Business*
  - 1.10.1. Visão estratégica da Web 2.0 e seus desafios
  - 1.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
  - 1.10.3. Como tornar a Web 2.0 e as redes sociais rentáveis
  - 1.10.4. Mobilidade e negócios digitais

## Módulo 2. Inovação e empreendedorismo

- 2.1. *Design Thinking*
  - 2.1.2. A Estratégia do Oceano Azul
  - 2.1.3. Inovação colaborativa
  - 2.1.4. *Open innovation*
- 2.2. Inteligência estratégica em inovação
  - 2.2.1. Vigilância tecnológica
  - 2.2.2. Prospectiva tecnológica
  - 2.2.3. *Coolhunting*
- 2.3. *Entrepreneurship & innovation*
  - 2.3.1. Estratégias para encontrar oportunidades de negócio
  - 2.3.2. Avaliação da viabilidade de novos projetos
  - 2.3.3. *Innovation Management Systems*
  - 2.3.4. *Soft skills* de um empreendedor

- 2.4. Gestão de startups
  - 2.4.1. Introdução à gestão financeira em empresas recém criadas
  - 2.4.2. Métricas financeiras para Startups
  - 2.4.3. Planejamento financeiro: modelos de projeções e sua interpretação
  - 2.4.4. Métodos de avaliação
- 2.5. O plano de negócio
  - 2.5.1. *Business plan* na era digital
  - 2.5.2. Modelo Canvas
  - 2.5.3. *Value Proposition Model*
  - 2.5.4. Conteúdo e apresentação
- 2.6. *Project Management*
  - 2.6.1. *Agile Development*
  - 2.6.2. Lean Management em Startups
  - 2.6.3. *Project Tracking and Project Steering*
- 2.7. Fases de crescimento de uma empresa iniciante
  - 2.7.1. Fase de *Seed*
  - 2.7.2. Fase de Startup
  - 2.7.3. Fase de *Growth*
  - 2.7.4. Fase de consolidação
- 2.8. Financiamento de startups
  - 2.8.1. Financiamento bancário
  - 2.8.2. Subsídios
  - 2.8.3. Capital semente e aceleradores. *Business Angels*
  - 2.8.4. Capital de risco. IPO
  - 2.8.5. *Parceria Pública a Privada*
- 2.10. *Lean Management*
  - 2.10.1. Princípios básicos de *Lean Management*
  - 2.10.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas
  - 2.10.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade

### Módulo 3. Marketing digital e e-commerce

- 3.1. Gerenciamento de e-Commerce
  - 3.1.1. Novos Modelos de Negócio e-Commerce
  - 3.1.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrônico
  - 3.1.3. Estrutura tecnológica em e-Commerce
- 3.2. Operações e logística no comércio eletrônico
  - 3.2.1. Como gestionar o *Fulfillment*
  - 3.2.2. Gestão digital do ponto de venda
  - 3.2.3. *Contact Center Management*
  - 3.2.4. Automação na gestão e acompanhamento de processos
- 3.3. Implementação de técnicas de e-Commerce
  - 3.3.1. Mídia social e integração no plano de comércio eletrônico
  - 3.3.2. Estratégia *Multichannel*
  - 3.3.3. Personalização de *Painéis de Controle*
- 3.4. *Preços digitais*
  - 3.4.1. Métodos e gateways de pagamento online
  - 3.4.2. Promoções eletrônicas
  - 3.4.3. Temporizador digital de preços
  - 3.4.4. *E-Auctions*
- 3.5. Do e-Commerce ao m-Commerce e s-Commerce
  - 3.5.1. Modelos de negócio dos *e-marketplaces*
  - 3.5.2. *S-Commerce* e Experiência de Marca
  - 3.5.3. Compras através de dispositivos móveis
- 3.6. *Customer Intelligence*: do e-CRM para o s-CRM
  - 3.6.1. Integração do consumidor na cadeia de valor
  - 3.6.2. Pesquisa online e técnicas de fidelização
  - 3.6.3. Planejamento de uma estratégia de gestão de relacionamento com o cliente

- 3.7. *Trade Marketing Digital*
  - 3.7.1. *Cross Merchandising*
  - 3.7.2. *Elaboração e gestão da campanhas em Facebook Ads*
  - 3.7.3. *Design e gestão de campanhas em Google Ads*
- 3.8. *Marketing online para e-commerce*
  - 3.8.1. *Inbound Marketing*
  - 3.8.2. *Display e compra programática*
  - 3.8.3. *Plano de Comunicação*

## Módulo 4. Marketing em buscadores


- 4.1. *Funcionamento dos mecanismos de busca*
  - 4.1.1. *Indicadores e índices*
  - 4.1.2. *Algoritmos*
  - 4.1.3. *SEO e branding corporativo*
- 4.2. *Análise SEO*
  - 4.2.1. *Determinação de KPI*
  - 4.2.2. *Geração de scripts e alertas*
  - 4.2.3. *Otimização de imagens, vídeos e outros elementos*
  - 4.2.4. *Linkbuilding*
- 4.3. *SEO técnico*
  - 4.3.1. *Web Performance Optimization*
  - 4.3.2. *Real Time e conteúdo*
  - 4.3.3. *Etiquetas e headers relevantes*
  - 4.3.4. *Técnicas avançadas de WPO*
- 4.4. *SEO e e-commerce*
  - 4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
  - 4.4.2. *Google Search Console*
  - 4.4.3. *Social Proof e viralização*
  - 4.4.4. *Navegação e indexabilidade*
- 4.5. *Keyword Hunting para SEM*
  - 4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
  - 4.5.2. *Google Suggest*
  - 4.5.3. *Insights for Search*
  - 4.5.4. *Google Trends*

- 4.6. *SEM e Google Ads*
  - 4.6.1. *Google Shopping*
  - 4.6.2. *Google Display Network*
  - 4.6.3. *Google Ads Mobile*
  - 4.6.4. *Publicidade no YouTube*
- 4.7. *Facebook Ads*
  - 4.7.1. *Anúncios de PPC/PPF (Pay Per pães)*
  - 4.7.2. *Facebook Ads criação*
  - 4.7.3. *Facebook Power Editor*
  - 4.7.4. *Otimização de campanhas*
- 4.8. *Estratégia e medição SEM*
  - 4.8.1. *Quality Score*
  - 4.8.2. *Site links*
  - 4.8.3. *KPI's*
  - 4.8.4. *Impressões, cliques, conversões Revenue, ROI, CPA*

## Módulo 5. Comunicação Digital e Reputação Online

- 5.1. *Web 2.0 ou web social*
  - 5.1.1. *Organização na era da conversação*
  - 5.1.2. *A web 2.0 são pessoas*
  - 5.1.3. *Ambiente digital e novos formatos de comunicação*
- 5.2. *Comunicação e reputação digital*
  - 5.2.1. *Relatório de reputação online*
  - 5.2.2. *Netiqueta e boas práticas em redes sociais*
  - 5.2.3. *Branding e Networking 2.0*
- 5.3. *Elaborando e planejando um plano de reputação online*
  - 5.3.2. *Plano de reputação da marca*
  - 5.3.3. *Métricas gerais, ROI e CRM social*
  - 5.3.4. *Crise online e SEO reputacional*
- 5.4. *Plataformas generalistas, profissionais e de Microblogging*
  - 5.4.1. *Facebook*
  - 5.4.2. *LinkedIn*
  - 5.4.4. *Twitter*



- 
- 5.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade
    - 5.5.1. YouTube
    - 5.5.2. Instagram
    - 5.5.3. Flickr
    - 5.5.4. Vimeo
    - 5.5.5. Pinterest
  - 5.6. Estratégia de conteúdo e *Storytelling*
    - 5.6.1. *Blogging* corporativo
    - 5.6.2. Estratégia de marketing de conteúdo
    - 5.6.3. Criação de um plano de conteúdo
    - 5.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdo
  - 5.7. Estratégias em social media
    - 5.7.1. Relações públicas corporativas e mídia social
    - 5.7.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
    - 5.7.3. Análise e avaliação dos resultados
  - 5.8. *Community Management*
    - 5.8.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *community manager*
    - 5.8.2. *Social Media Manager*
    - 5.8.3. *Social Media Strategist*
  - 5.9. Social media plan
    - 5.9.1. Elaboração de um plano de social media
    - 5.9.2. Calendário, orçamento, expectativas e monitoramento
    - 5.9.3. Protocolo de contingência em caso de crise
  - 5.10. Ferramentas de monitoramento online
    - 5.9.1. Ferramentas de gestão e aplicações desktop
    - 5.10.2. Ferramentas de monitoramento e pesquisa

## Módulo 6. Performance and *Inbound* Marketing

- 6.1. *Permission Marketing*
  - 6.1.1. Como obter a permissão do usuário
  - 6.1.2. Personalização da mensagem
  - 6.1.3. Confirmação por correio ou Double Opt-in
- 6.2. Estratégia e técnicas de desempenho
  - 6.2.1. Performance Marketing: resultados
  - 6.2.2. Mix de meios digitais
  - 6.2.3. A importância do *Funnel*
- 6.3. Desenvolvimento de campanhas de afiliados
  - 6.3.1. Agências e programas de afiliados
  - 6.3.2. *Postview*
  - 6.3.3. Concepção de programas de afiliados
  - 6.3.4. *Display* e otimização de campanhas
- 6.4. Lançamento de um programa de afiliados
  - 6.4.1. Redes de afiliação e afiliação direta
  - 6.4.2. Acompanhamento e análise dos resultados
  - 6.4.3. Controle de fraude
- 6.5. Desenvolvimento de campanhas de e-mailing
  - 6.5.1. Listas de inscritos, *leads* e clientes
  - 6.5.2. Ferramentas e recursos de e-mail marketing
  - 6.5.3. Copywriting online para campanhas de e-mail marketing
- 6.6. Métricas para e-mail Marketing
  - 6.6.1. Métricas de listas
  - 6.6.2. Métricas de envio de *Newsletter*
  - 6.6.3. Métricas de conversão
- 6.7. *Inbound* Marketing
  - 6.7.1. *Inbound* marketing eficaz
  - 6.7.2. Benefícios do *Inbound* Marketing
  - 6.7.3. Medir o sucesso do *Inbound* Marketing

- 6.8. Investigación del *Target*
  - 6.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* personas
  - 6.8.2. *Customer Journey Mapping*
  - 6.8.3. *Content Strategy*
- 6.9. Otimização de conteúdos
  - 6.9.1. Otimização de conteúdo para motores de busca
  - 6.9.2. Geração de conteúdo
  - 6.9.3. Dinamização de conteúdo
- 6.10. Conversão
  - 6.10.1. *Lead capture & CRO*
  - 6.10.2. *Lead Nurturing & Marketing Automation*

## Módulo 7. Web Analytics e Marketing *Analytics*

- 7.1. Análise web
  - 7.1.1. Fundamentos da Web Analytics
  - 7.1.2. Meios clássicos vs. Meios digitais
  - 7.1.3. Metodologia de base do Web Analytics
- 7.2. Google *Analytics*
  - 7.2.1. Configuração de uma conta
  - 7.2.2. Tracking API Javascript
  - 7.2.3. Relatórios e segmentos personalizados
- 7.3. Análise qualitativa
  - 7.3.1. Técnicas de pesquisa aplicadas na análise da web
  - 7.3.2. *Customer Journey*
  - 7.3.3. *Purchase Funnel*
- 7.4. Métricas digitais
  - 7.4.1. Métricas básicas
  - 7.4.2. Índices
  - 7.4.3. Definição de objetivos e KPIs

- 7.5. Áreas de análise de uma estratégia
    - 7.5.1. Captação de tráfego
    - 7.5.2. Ativação
    - 7.5.3. Conversão
    - 7.5.4. Fidelização
  - 7.6. *Data science & Big data*
    - 7.6.1. *Business Intelligence*
    - 7.6.2. Metodologia e análise de grandes volumes de dados
    - 7.6.3. Extração, processamento e carregamento de dados
  - 7.7. Visualização de dados
    - 7.7.1. Visualização e interpretação de *Dashboards*
    - 7.7.2. Transformação de dados em valor
    - 7.7.3. Integração de fontes
    - 7.7.4. Apresentação de relatórios
  - 7.8. Ferramentas de Web Analytics
    - 7.8.1. Base tecnológica de uma ferramenta AW
    - 7.8.2. Logs e Tags
    - 7.8.3. Etiquetagem básica e ad hoc
- Módulo 8. Inovação, e-logística e tecnologia na cadeia de fornecimento**
- 8.1. Engenharia de processos e engenharia de produtos
    - 8.1.1. Estratégia de Inovação
    - 8.1.2. Inovação aberta
    - 8.1.3. Organização e cultura inovadoras
    - 8.1.4. Equipes multifuncionais
  - 8.2. Lançamento e industrialização de novos produtos
    - 8.2.1. Design de novos produtos
    - 8.2.2. *Lean Design*
    - 8.2.3. Industrialização de novos produtos
    - 8.2.4. Fabricação e montagem
  - 8.3. Digital e-commerce *Management*
    - 8.3.1. Novos Modelos de Negócio e-Commerce
    - 8.3.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrônico
    - 8.3.3. Estrutura tecnológica em e-Commerce
  - 8.4. Operações e logística no comércio eletrônico
    - 8.4.1. Gestão digital do ponto de venda
    - 8.4.2. *Contact Center Management*
    - 8.4.3. Automação na gestão e acompanhamento de processos
  - 8.5. E-Logistics B2C E B2B
    - 8.5.1. E-Logistics
    - 8.5.2. O B2C: *e-Fullfilment*, a última milha
    - 8.5.3. O B2B: *e-Procurement. Marketplaces*
  - 8.6. *Preços digitais*
    - 8.6.1. Métodos e gateways de pagamento online
    - 8.6.2. Promoções eletrônicas
    - 8.6.3. Temporizador digital de preços
    - 8.6.4. *E-Auctions*
  - 8.8. O armazenamento no e-commerce
    - 8.8.1. Peculiaridades do armazenamento no e-commerce
    - 8.8.2. Projeto e planejamento de estoque
    - 8.8.3. Infraestruturas Equipamentos fixos e móveis
    - 8.8.4. Áreas e localizações
  - 8.9. O projeto da loja online
    - 8.9.1. Design e usabilidade
    - 8.9.2. Funcionalidades mais comuns
    - 8.9.3. Alternativas tecnológicas
  - 8.10. *Supply Chain Management* e tendências futuras
    - 8.10.1. Futuro do *e-Business*
    - 8.10.2. A realidade atual e o futuro do e-commerce
    - 8.10.3. Modelos operacionais SC para empresas globais

## Módulo 9. Mobile e-Commerce

- 9.1. Mobile Marketing
  - 9.1.1. Novos hábitos de consumo e mobilidade
  - 9.1.2. Modelo SoLoMo
  - 9.1.3. Os 4 Ps do Marketing Mix em mobilidade
- 9.2. Tecnologia móvel
  - 9.2.1. Operadoras móveis
  - 9.2.2. Dispositivos móveis e sistemas operacionais
  - 9.2.3. Aplicações para celulares e *webapps*
  - 9.2.4. Sensores e integração com o mundo físico
- 9.3. Tendências em Mobile Marketing
  - 9.3.1. *Mobile Publishing*
  - 9.3.2. *Advergaming e Gammification*
  - 9.3.3. Geolocalização *Mobile*
  - 9.3.4. Realidade aumentada
- 9.4. Comportamento do usuário móvel
  - 9.4.1. Novos hábitos de busca em dispositivos móveis
  - 9.4.2. *Multi-Screen*
  - 9.4.3. Celular como condutor de compras
  - 9.4.4. ASO, captação e fidelização de usuários *móveis*
- 9.5. Interface do usuário e experiência de compra
  - 9.5.1. Regras e plataformas de m-commerce
  - 9.5.2. *Omnichannel*
  - 9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
  - 9.5.4. Lacuna entre consumidor e anunciante
  - 9.5.5. Gerentes de conteúdo em *Mobile Commerce*
- 9.6. Apps e compras
  - 9.6.1. Desenvolvendo Apps *Mobile Commerce*
  - 9.6.2. *Apps Store*
  - 9.6.3. App Marketing para fidelização de clientes
  - 9.6.4. App Marketing para e-commerce

- 9.7. Pagamentos móveis
  - 9.7.1. Cadeia de valor e modelos de negócio dos métodos de pagamento móveis
  - 9.7.2. Chaves para melhorar o UX para pagamento móvel
  - 9.7.3. Estratégias para o posicionamento no mercado de pagamentos móveis
  - 9.7.4. Gestão de fraudes
- 9.8. Analítica móvel
  - 9.8.1. Metodologias de medição e análise móvel
  - 9.8.2. Métricas em *Mobile*: principais KPIs
  - 9.8.3. Análise de rentabilidade
  - 9.8.4. *Mobile Analytics*
- 9.9. *Mobile commerce*
  - 9.9.1. Serviços
  - 9.9.2. Aplicações
  - 9.9.3. *Mobile Social Shopping*
- 9.10. *Mobile social media applications*
  - 9.10.1. Integração móvel nas redes sociais
  - 9.10.2. Mobilidade, relacionamento, ubiquidade e publicidade
  - 9.10.3. Facebook *Places*
  - 9.10.4. Geolocalização, diretórios móveis, recomendações online e compras

## Módulo 10. Novas tendências digitais

- 10.1. Internet das Coisas
  - 10.1.1. Visões e desafios
  - 10.1.2. Principais tecnologias
  - 10.1.3. Projetos pioneiros
- 10.2. Gamificação
  - 10.2.1. Técnicas de gamificação de negócios
  - 10.2.2. *Gamification Design Framework*
  - 10.2.3. Mecanismos de funcionamento e motivação
  - 10.2.4. Benefícios e retorno sobre o investimento





- 10.3. Big Data
  - 10.3.1. Aplicação setorial
  - 10.3.2. Modelos de negócios
  - 10.3.3. Novas profissões
- 10.4. Inteligência Artificial
  - 10.4.1. Aspectos Metodológicos em Inteligência Artificial
  - 10.4.2. Busca heurística
  - 10.4.3. Métodos de Inferência em Regras
  - 10.4.4. Redes semânticas
- 10.5. Robótica
  - 10.5.1. Morfologia dos robôs
  - 10.5.2. Ferramentas matemáticas para a localização espacial
  - 10.5.3. Controle cinemático
  - 10.5.4. Critérios para a implementação de um robô industrial
- 10.6. Modelagem e simulação
  - 10.6.1. Modelagem usando DEVS
  - 10.6.2. Modelagem de entradas aleatórias
  - 10.6.3. Geração de entradas aleatórias
  - 10.6.4. Projeto de experimentos e otimização
- 10.7. Implementando a criptografia em projetos tecnológicos
  - 10.7.1. Assinatura eletrônica
  - 10.7.2. Certificado digital
  - 10.7.3. Criptografia de dados
  - 10.7.4. Aplicações práticas da criptografia
- 10.8. Outras tendências
  - 10.8.1. Impressoras 3D
  - 10.8.2. Drones
  - 10.8.3. Visão artificial
  - 10.8.4. Realidade aumentada

07

# Estágio

Embora seja uma capacitação dinâmica e de última geração, o ponto alto deste programa ocorre quando o aluno conclui o processo de aprendizagem teórica. Este Mestrado Próprio Semipresencial inclui 120 horas de experiência prática em uma empresa líder no setor de marketing digital e publicidade. Com base nisso, o profissional terá 3 semanas para trabalhar ativamente com uma equipe de especialistas em análise da Web, graças à qual ele poderá aprender em detalhes as estratégias mais inovadoras e eficazes existentes no ambiente digital atual.





“

*Um tutor o orientará durante seu estágio prático, garantindo que você aproveite ao máximo sua experiência”*



Este programa fundamentado no setor de negócios digitais também é composto por um estágio prático de 3 semanas em uma grande empresa, realizada de segunda a sexta-feira e em dias consecutivos de 8 horas com um profissional especializado na área, que atuará como tutor durante a experiência. Graças a isso, o aluno poderá aprender em primeira mão sobre os últimos desenvolvimentos relacionados à criação de estratégias de SEM, bem como sobre o gerenciamento de publicidade online personalizada.

Nessa proposta de capacitação, de característica totalmente prática, as atividades visam desenvolver e aperfeiçoar as competências necessárias para a prestação de um serviço de atendimento e orientação que exige alto nível de qualificação, e que são orientadas para o exercício da atividade, em um ambiente dinâmico e altamente benéfico para seu desempenho e desenvolvimento como especialista na área.

Portanto, é uma oportunidade que os alunos não devem perder se estiverem buscando implementar em sua prática o domínio da criação de campanhas no AdWords, Google Shopping, mídias sociais, campanhas de aplicativos e reMarketing. Além disso, também trabalhará na elaboração de projetos relacionados a Web Analytics e otimização de negócios digitais.

O ensino prático será realizado com a participação ativa do aluno executando as atividades e os procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação de professores e outros parceiros de capacitação que facilitam o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática da gestão de negócios digitais (aprender a ser e aprender a se relacionar).

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
Estratégias para estabelecer um modelo de negócios digital bem-sucedido em um ambiente competitivo	Monitorar orçamentos e métricas de planejamento financeiro
	Aplicar benchmarking competitivo
	Integrar a implementação de estratégias corporativas e tecnológicas
	Usar sistemas de informação para a tomada de decisões, como <i>Business Intelligence</i> , <i>Data Warehouse</i> , BSC ou <i>Balanced Scorecard</i> .
Últimas tendências em marketing digital e e-commerce	Implementar novas estruturas tecnológicas no e-commerce
	Desenvolver um plano estratégico de comércio eletrônico
	Implementar operações e logística de comércio eletrônico
	Gestionar o <i>Fullfilment</i>
	Automatizar a gestão e o monitoramento dos processos
Comunicação digital e reputação online para novos modelos de negócios	Elaborar um plano de reputação online
	Usar diferentes ferramentas de monitoramento online
	Aplicar métricas gerais, ROI e CRM social Crise online e SEO de reputação
	Implementar uma estratégia de conteúdo, <i>Storytelling</i> e social media
Novas tendências digitais para a projeção de negócios	Aplicar tendências de gamificação de negócios, como o <i>Framework</i>
	Implementar recursos de robótica, inteligência artificial e <i>Big Data</i> para reduzir os desafios de negócios

## 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?

A TECH submete todas e cada uma das empresas que aspiram a fazer parte desse tipo de capacitação a uma análise rigorosa, na qual é avaliada não só a qualidade de seu serviço, mas também sua experiência, a opinião de seus clientes e se possuem a tecnologia mais vanguardista adaptada a cada setor. Graças a isso, é possível oferecer um estágio prático nos melhores centros de prestígio, onde os alunos trabalharão, de forma garantida, no aprimoramento de suas habilidades profissionais.







“

*Uma experiência de trabalho que servirá como um ativo diferenciado em qualquer processo de recrutamento”*

## tech 42 | Onde posso realizar o Estágio?



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



**Escola de Negócios**

### Coppel

País	Cidade
México	Sinaloa

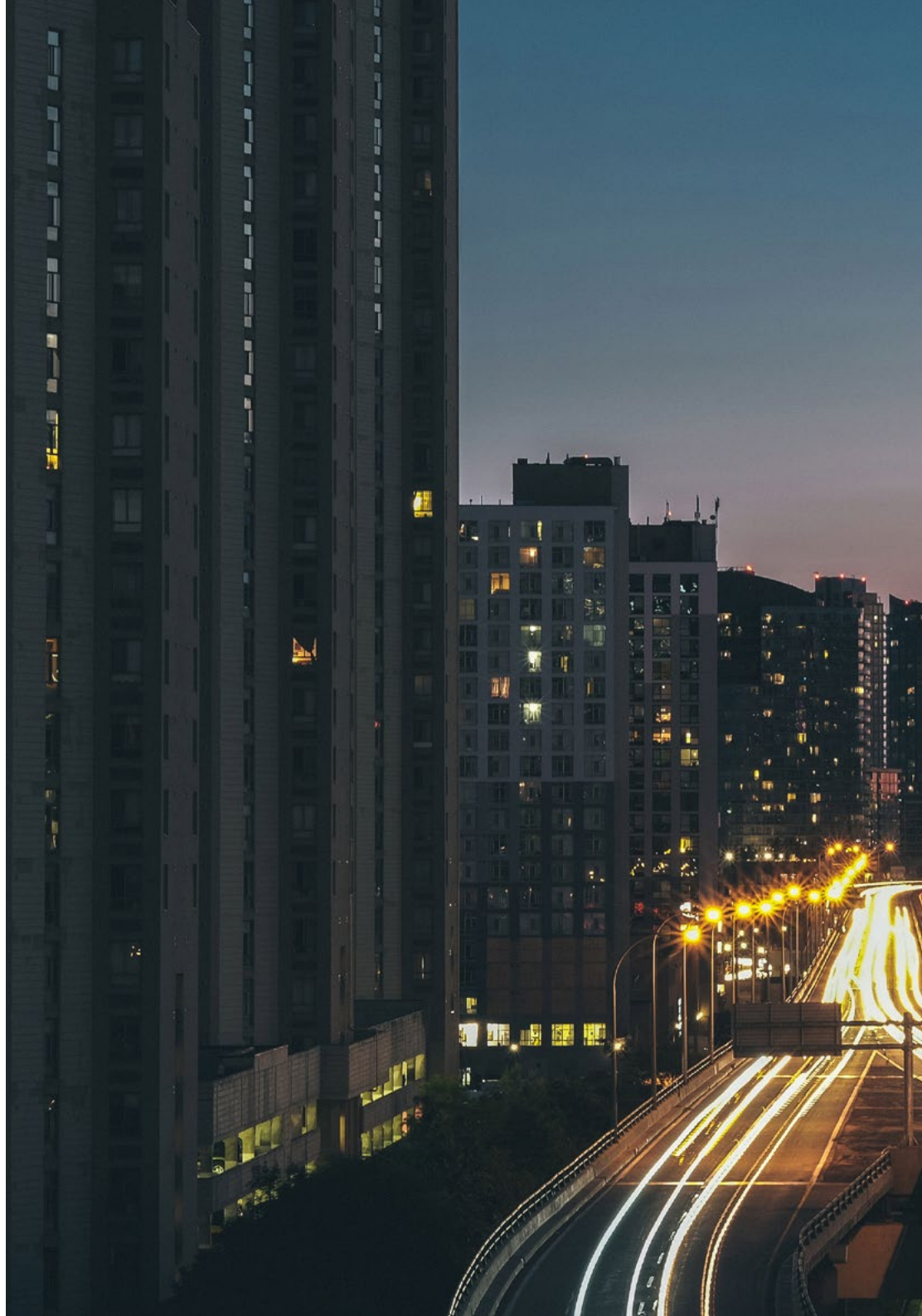
Endereço: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos  
Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Empresa especializada em serviços financeiros e serviços  
de consultoria

---

**Capacitações práticas relacionadas:**

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico







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

### 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:**

- Gestão de Redes Sociais Community Manager
- Gestão da Comunicação e Reputação Digital







“

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

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



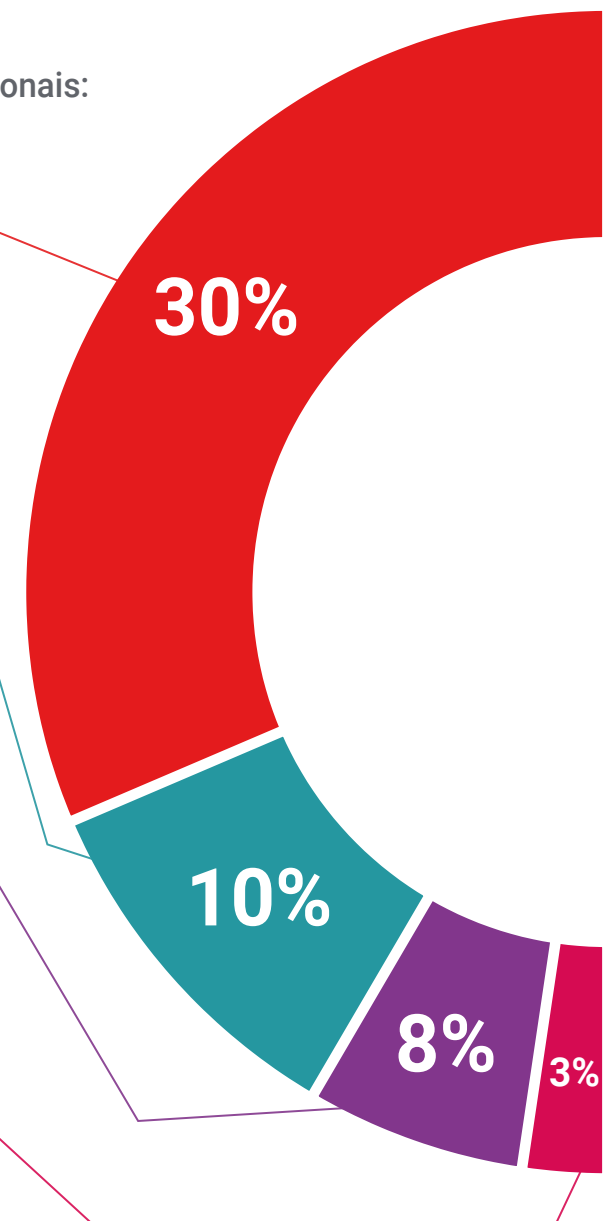
#### Práticas de habilidades gerenciais

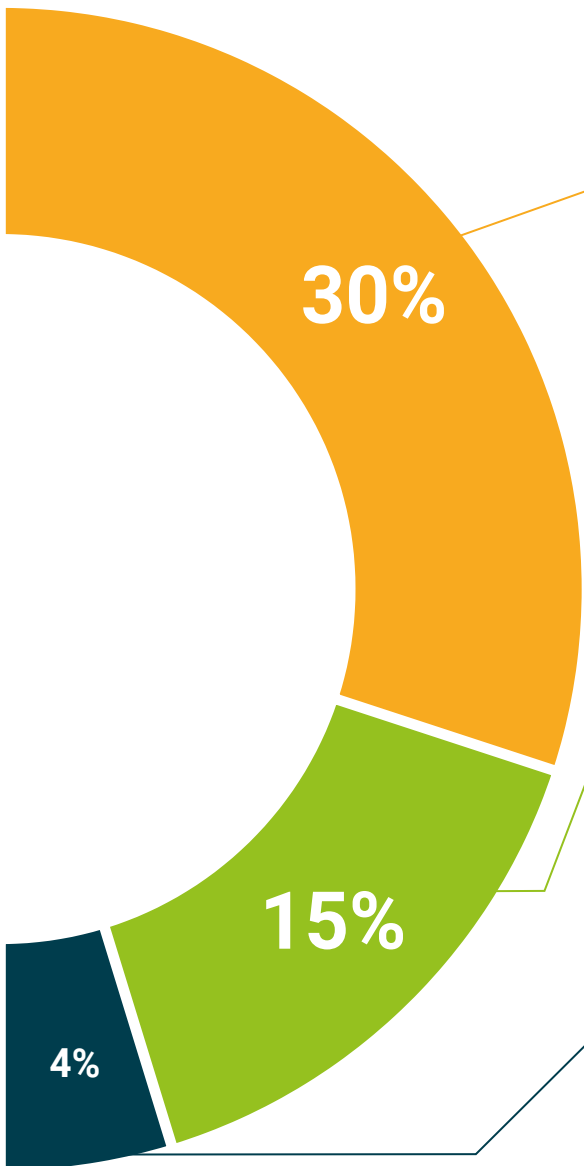
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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

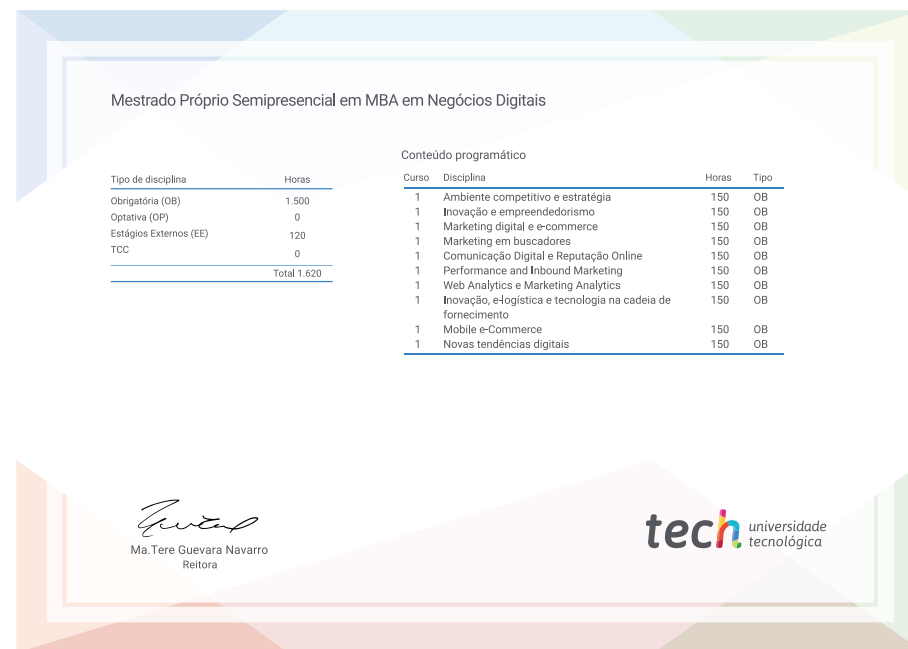
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* do **Mestrado Próprio Semipresencial** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Negócios Digitais**

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.

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

**tech** universidade  
tecnológica

## Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Negócios Digitais

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica



# Mestrado Próprio Semipresencial

## MBA em Negócios Digitais

