

Executive Master

MBA em Estratégia

(CSO, Chief Strategy Officer)

M B A E C S O



Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Destinado a: graduados e profissionais com experiência comprovada em direção e gestão

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-estrategia-cso-chief-strategy-officer

Índice

01	Boas-vindas	pág. 4	02	Por que estudar na TECH?	pág. 6	03	Por que o nosso programa?	pág. 10	04	Objetivos	pág. 14
			05	Competências	pág. 20	06	Estrutura e conteúdo	pág. 24	07	Metodologia	pág. 36
			08	Perfil dos nossos alunos	pág. 44	09	Direção do curso	pág. 48	10	Impacto para a sua carreira	pág. 70
						11	Benefícios para a sua empresa	pág. 74	12	Certificado	pág. 76

01

Boas-vindas

O aumento da concorrência significa que as estratégias de negócios devem ser refinadas e adaptadas a situações incertas. Por esse motivo, é cada vez mais importante a figura do *Chief Strategy Officer* o CSO. Este gestor de alto nível deve possuir amplas habilidades em gestão estratégica, comportamento organizacional, *business analytics* e planejamento. Neste programa, o empresário terá acesso às principais ferramentas e competências necessárias para se posicionar como um CSO de prestígio, acessando materiais didáticos elaborados por líderes especialistas no campo da análise estratégica, com uma metodologia 100% online. Além disso, o profissional terá acesso a uma série exclusiva de 10 *Masterclasses* complementares, elaboradas por um prestigiado especialista internacional em Gestão, Estratégia e Desenvolvimento de Negócios.



Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)
TECH Universidade Tecnológica

“

Com este inovador programa da TECH, você terá acesso a um conjunto de 10 Masterclasses exclusivas e complementares, desenvolvidas por um especialista internacional em Gestão, Estratégia e Desenvolvimento de Negócios”

02

Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial”

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

95%

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

+100.000

gestores capacitados a cada ano

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.

A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



Análise

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



Excelência acadêmica

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.



Aprenda com os melhores



Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"

03

Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

Contamos com um corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.

03

Consolidar o aluno na gestão empresarial

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

Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.

04

Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.

05

Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.

08

Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.

04

Objetivos

Este programa foi desenvolvido com o objetivo claro de aprimorar as habilidades do gestor para apoiar fortemente sua proposta de valor como CSO. Para tanto, todas as questões teóricas de relevância no desenvolvimento e criação de estratégias empresariais serão tratadas ao longo de todo o programa, devidamente contextualizadas com casos reais e exemplos que facilitem o aprendizado.



“

Você terá pleno acesso a leituras complementares especificamente selecionadas pelo corpo docente, permitindo que você se aprofunde nas questões estratégicas que mais lhe interessam”

Na TECH, os objetivos dos alunos são os nossos objetivos.
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) qualifica os alunos para:

01

Definir os elementos da estratégia como o principal alicerce da gestão estratégica.

04

Desenvolver e implementar a estratégia mais apropriada para atender aos objetivos da empresa

02

Conhecer os diferentes tipos de estratégia que podem ser implementados em uma empresa.



03

Analisar o comportamento estratégico de uma organização em diferentes níveis

05

Descrever a lógica do processo de gestão estratégica e o significado de cada uma de suas fases

06

Definir as relações básicas da empresa com seu ambiente

08

Identificar os diferentes caminhos de crescimento que as empresas podem escolher

09

Aplicar os conhecimentos teóricos a situações da vida real através de estudos de caso

07

Analisar a influência dos *Stakeholders* ou partes interessadas sobre a empresa

10

Incentivar uma atitude empreendedora e criativa

11

Descrever as características, problemas e implicações humanas, econômicas, político e jurídicas e organizacionais das diferentes modalidades de desenvolvimento estratégico

12

Desenvolver estratégias e metodologias para realizar processos de tomada de decisão em situações críticas ou decisivas

13

Aplicar técnicas adequadas de gestão de recursos humanos

14

Desenvolver habilidades de liderança que alcancem a motivação da equipe



15

Aplicar técnicas de marketing que promovam a conscientização da empresa

16

Implementar políticas para a fixação de preços



17

Obter de maneira adequada as compras e a cadeia de suprimentos

18

Compreender o ambiente globalizado no qual a empresa opera e desenvolver estratégias que favoreçam a internacionalização da empresa

05

Competências

A fim de garantir um desenvolvimento completo e eficaz das competências essenciais no trabalho de um *Chief Strategy Officer*, a TECH tem dado ênfase especial durante todo o programa na aquisição e aperfeiçoamento das soft skills mais requisitadas. Isto significa uma maior ênfase em questões como gestão de talentos, gestão de pessoas e gestão de tempo e esforço, todas elas altamente valorizadas pelos gestores no século XXI.



“

Você levará sua carreira ao mais alto nível de estratégia operacional e empresarial, adquirindo o papel de CSO com competência e eficácia”

01

Explorar novas oportunidades de negócios e focar na inovação e no empreendedorismo

02

Realizar a gestão financeira da empresa

03

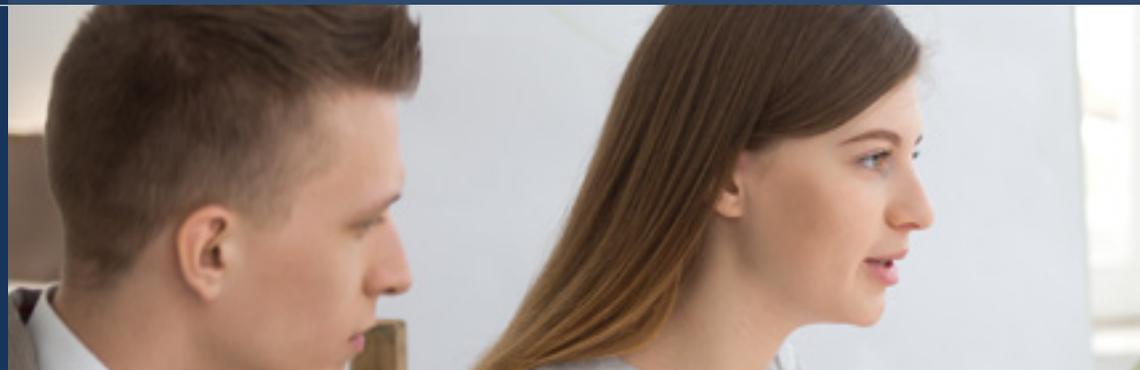
Elaborar e implementar um planejamento estratégico que atenda aos objetivos da empresa e aos critérios atuais de sustentabilidade

04

Conduzir análises estratégicas internas e externas

05

Desenvolver estratégias para prevenção e controle de riscos



06

Desenvolver as habilidades gerenciais necessárias para administrar todos os departamentos da empresa

08

Aplicar uma estratégia internacional para melhorar os resultados da empresa



09

Elaborar uma estratégia de compras e aquisições para melhorar a rentabilidade da empresa

07

Analisar os dados estratégicos da empresa

10

Aplicar técnicas de coaching e inteligência emocional para gerenciar e promover o desempenho dos funcionários

06

Estrutura e conteúdo

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) foi estruturado seguindo a metodologia de ensino da TECH, o *Relearning*, o que permite total flexibilidade quando se trata de atender à carga horária do programa. São obtidas economias consideráveis no número de horas de estudo investidas, pois os conceitos mais importantes de estratégia e gestão são adquiridos de forma natural, com uma reiteração destes conceitos ao longo de todo o programa.



“

Colocamos todos os nossos recursos à sua disposição para que você possa desenvolver as habilidades necessárias para alcançar um futuro profissional de sucesso"

Plano de estudos

O MBA em Estratégias (CSO, Chief Strategy Officer) da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que vai lhe preparar para enfrentar desafios e decisões empresariais a nível estratégico e de gerência geral. Seu principal objetivo é contribuir para o seu crescimento pessoal e profissional, ajudando você a alcançar o sucesso. O conteúdo deste programa de estudos foi elaborado para incentivar o desenvolvimento de habilidades gerenciais que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 1.500 horas de estudo, você analisará uma infinidade de casos práticos através de um trabalho individual, obtendo um processo de aprendizado profundo que lhe permitirá aplicar os conhecimentos aprendidos em sua prática diária.

Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa lida em profundidade com diferentes áreas de negócios e é projetado para especializar gerentes que entendem a gestão estratégica a partir de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Este Executive Master tem duração de 12 meses e se divide em 15 módulos:

- | | |
|------------------|--|
| Módulo 1 | Management and strategy |
| Módulo 2 | Modalidades de desenvolvimento estratégico |
| Módulo 3 | Planejamento estratégico e controle de gestão financeira |
| Módulo 4 | Comportamento organizacional |
| Módulo 5 | Gestão estratégica de pessoas |
| Módulo 6 | Habilidades Gerenciais |
| Módulo 7 | Strategy in Marketing Management |
| Módulo 8 | Estratégia Empresarial e Estratégia Operacional |
| Módulo 9 | Business & International Strategy |
| Módulo 10 | Business analytics and Big Data |
| Módulo 11 | Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa |
| Módulo 12 | Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos |
| Módulo 13 | Gestão Econômico-Financeira |
| Módulo 14 | Gestão Comercial e Marketing Estratégico |
| Módulo 15 | Gestão Executiva |



Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) completamente online. Durante os 12 meses de capacitação você poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permite gerenciar o seu tempo de estudo

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

Módulo 1. Management and strategy

1.1. Pensamento estratégico 1.1.1. A estratégia e sua finalidade 1.1.2. <i>Strategic Thinking and Strategist Skills</i> 1.1.3. Pensamento lateral e estratégia dos oceanos azuis 1.1.4. Neurociência aplicada à estratégia	1.2. Decisões e decisores estratégicos 1.2.1. Governança corporativa 1.2.2. Equipes de gestão 1.2.3. Criação de valor	1.3. Estratégia Competitiva 1.3.1. Análise de Mercado 1.3.2. Vantagem Competitiva Sustentável 1.3.3. Retorno do Investimento	1.4. Estratégia Corporativa 1.4.1. <i>Conduzindo a Estratégia Corporativa</i> 1.4.2. <i>Pacing Corporate Strategy</i> 1.4.3. <i>Conduzindo a Estratégia Corporativa</i>
1.5. Planejamento e Estratégia 1.5.1. Relevância da direção estratégica no processo de controle de gestão 1.5.2. Análise do Entorno e da Organização	1.6. Implementação da estratégia 1.6.1. Sistemas indicadores e abordagem de processo 1.6.2. Mapa estratégico 1.6.3. Diferenciação e alinhamento	1.7. Modelos de análise estratégica 1.7.1. Análise interna 1.7.2. Análise externa 1.7.3. Fontes de vantagem competitiva no setor 1.7.4. Vantagens, desvantagens e eficácia da análise estratégica	1.8. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos 1.8.1. TQM (<i>Total Quality Management</i>) 1.8.2. Seis Sigma e <i>Six Sigma</i> como um sistema de gestão empresarial 1.8.3. Modelo EFQM
1.9. Lean Management 1.9.1. Princípios básicos de <i>Lean Management</i> 1.9.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas 1.9.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade	1.10. Ética e Strategic Management 1.10.1. Integração da ética e a estratégia 1.10.2. Motivação humana e ética 1.10.3. Qualidade ética das organizações		

Módulo 2. Modalidades de desenvolvimento estratégico

2.1. Alianças estratégicas 2.1.1. <i>Joint ventures</i> 2.1.2. Consórcios de Exportação 2.1.3. Centrais de compra 2.1.4. Outros tipos de cooperação	2.2. Empreendedorismo corporativo 2.2.1. Exploração de novas oportunidades de negócios 2.2.2. Criação de protótipos e desenvolvimento interno 2.2.3. Agentes de mudança Interna 2.2.4. Projetos emergentes e interrupção	2.3. Inovação estratégica 2.3.1. Inovação aberta e hélice tríplice 2.3.2. Fatores de sucesso e fracasso da inovação 2.3.3. Impacto da gestão da inovação no desempenho empresarial 2.3.4. Pensamento criativo e <i>Design Thinking</i>	2.4. Políticas de investimento 2.4.1. Métodos de avaliação de empresas 2.4.2. Estratégias e controle de riscos 2.4.3. Fontes de financiamento
2.5. Desenvolvimento interno	2.6. Fusões e aquisições 2.6.1. Implicações financeiras e organizacionais das Fusões e Aquisições 2.6.2. Análise e avaliação de sinergias 2.6.3. Técnicas e abordagens de negociação	2.7. Estratégias de diversificação 2.7.1. Especialização x Diversificação 2.7.2. Escolha do modo de entrada da diversificação 2.7.3. Diversificação empresarial e resultados 2.7.4. Estratégias de reestruturação da carteira de negócios	2.8. Direções para o desenvolvimento da estratégia
2.9. Critérios de sucesso	2.10. Desafios e implicações para o desenvolvimento de estratégias		

Módulo 3. Planejamento estratégico e controle de gestão financeira**3.1. Controle de gestão**

- 3.1.1. Política financeira e crescimento
- 3.1.2. Informação como ferramenta para o controle gerencial
- 3.1.3. Controle de gestão como um planejamento e sistema de planejamento e gestão
- 3.1.4. Funções do *Controller*
- 3.1.5. Escopo do controle gerencial

3.2. Relatórios financeiros e decisões de gestão

- 3.2.1. Contabilidade financeira ou jurídica
- 3.2.2. Contabilidade analítica ou de custos
- 3.2.3. Contabilidade de controle

3.3. Gestão de tesouraria

- 3.3.1. Fundo de manobra contábil e capital de giro necessário
- 3.3.2. Cálculo dos requisitos operacionais de fundos
- 3.3.3. *Gestão de crédito*
- 3.3.4. Gestão de fundos, patrimônios e *family offices*

3.4. Cash Management

- 3.4.1. Financiamento bancário do capital de giro
- 3.4.2. Organização do departamento de tesouraria
- 3.4.3. Gestão centralizada da tesouraria

3.5. Planejamento e controle de centros de responsabilidade

- 3.5.1. Projeto de um sistema de controle de gestão
- 3.5.2. Desvios no controle gerencial

3.6. O processo de formulação e planejamento estratégico

- 3.6.1. Formulação e conteúdo do plano estratégico
- 3.6.2. *Balanced Scorecard*
- 3.6.3. Terminologia e conceitos básicos

3.7. Planejamento organizacional

- 3.7.1. Unidades de negócios e preços de transferência
- 3.7.2. Fabricação, produção, suporte e vendas
- 3.7.3. Funções e responsabilidades da gestão financeira

3.8. Indicadores como ferramenta de monitoramento

- 3.8.1. Painel de controle
- 3.8.2. Número e formato dos indicadores
- 3.8.3. Planejamento estratégico

3.9. Gestão para criar valor**3.10. Financiamento do desenvolvimento da estratégia****Módulo 4. Comportamento organizacional****4.1. Comportamento organizacional**

- 4.1.1. As organizações
- 4.1.2. Teoria da organização
- 4.1.3. As organizações, pessoas e a sociedade
- 4.1.4. Evolução histórica do comportamento organizacional

4.2. Cultura organizacional

- 4.2.1. Valores e cultura organizacional
- 4.2.2. Os principais elementos de mudança nas organizações
- 4.2.3. Evolução do pensamento científico e da organização como um sistema
- 4.2.4. Cultura e transformação

4.3. Gestão da organização

- 4.3.1. Níveis e qualidades gerenciais
- 4.3.2. Planejamento e função organizacional
- 4.3.3. Função de gestão e controle
- 4.3.4. O novo papel do diretor de RH

4.4. Gestão do conhecimento

- 4.4.1. Inteligência coletiva X Gestão do conhecimento
- 4.4.2. Perspectivas e ferramentas para a gestão do conhecimento
- 4.4.3. Ambientes colaborativos e comunidades de aprendizagem

4.5. As pessoas nas organizações

- 4.5.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
- 4.5.2. Equipes de trabalho e direção de reuniões
- 4.5.3. *Coaching e gestão de equipes*

4.6. Estrutura organizativa

- 4.6.1. Principais mecanismos de coordenação
- 4.6.2. Departamentos e organogramas
- 4.6.3. Autoridade e responsabilidade
- 4.6.4. *O empowerment*

4.7. Tipos de estruturas**4.8. Processos****4.9. Relações****4.10. Configurações**

Módulo 5. Gestão estratégica de pessoas

5.1. Liderança estratégica para a economia intangível

- 5.1.1. Estratégias de alinhamento cultural
- 5.1.2. Liderança corporativa e diferenciação
- 5.1.3. Agente de mudança e transformação

5.2. Pensamento estratégico e sistema

- 5.2.1. A empresa como um sistema
- 5.2.2. Pensamento estratégico derivado da cultura corporativa
- 5.2.3. A abordagem estratégica da gestão de pessoas
- 5.2.4. Design e implementação de políticas e práticas de pessoal

5.3. Projeto organizacional estratégico

- 5.3.1. *Modelo de business partners*
- 5.3.2. *Share Services*
- 5.3.3. *Outsourcing*

5.4. HR analytics

- 5.4.1. *Big Data e Business Intelligence. (BI)*
- 5.4.2. Análise e modelagem de dados de RH
- 5.4.3. Projeto e desenvolvimento de métricas de RH

5.5. Liderança estratégica

- 5.5.1. Modelos de liderança
- 5.5.2. *Coaching*
- 5.5.3. *Mentoring*
- 5.5.4. Liderança transformacional

5.6. Auditoria e controle estratégico na gestão de pessoas

- 5.6.1. Razões para a auditoria
- 5.6.2. Ferramentas de coleta e análise de informações
- 5.6.3. O relatório de auditoria

5.7. Gestão de recursos humanos

5.8. Organização da equipe

5.9. Equipe e comportamento

5.10. Vantagem competitiva baseada na equipe

Módulo 6. Habilidades Gerenciais

6.1. Oratória e capacitação do porta-voz

- 6.1.1. Comunicação interpessoal
- 6.1.2. Habilidades de comunicação e influência
- 6.1.3. Obstáculos à comunicação

6.2. Comunicação e Liderança

- 6.2.1. Liderança e estilos de liderança
- 6.2.2. Motivação
- 6.2.3. Capacidades e habilidades do líder 2.0

6.3. Branding pessoal

- 6.3.1. Estratégias para o branding pessoal
- 6.3.2. Leis de *Branding* pessoal
- 6.3.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

6.4. Gestão de equipes

- 6.4.1. Equipes de trabalho e a gestão de reuniões
- 6.4.2. Gestão de processos de mudança
- 6.4.3. Gestão de equipes multiculturais
- 6.4.4. *Coaching*

6.5. Negociação e resolução de conflitos

- 6.5.1. Técnicas efetivas de negociação
- 6.5.2. Conflitos interpessoais
- 6.5.3. Negociação intercultural

6.6. Inteligência emocional

- 6.6.1. Inteligência emocional e comunicação
- 6.6.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 6.6.3. Autoestima e Linguagem Emocional

6.7. Capital relacional: Coworking

- 6.7.1. Gestão do Capital Humano
- 6.7.2. Análise de desempenho
- 6.7.3. Gestão da igualdade e diversidade
- 6.7.4. Inovação na gestão de pessoas

6.8. Gestão do tempo

- 6.8.1. Planejamento, organização e controle
- 6.8.2. Metodologia de gestão do tempo
- 6.8.3. Planos de ação
- 6.8.4. Ferramentas para a gestão eficaz do tempo

6.9. Teoria dos jogos

6.10. Gestão da mudança estratégica

Módulo 7. Strategy in Marketing Management**7.1. Marketing Management**

- 7.1.1. *Positioning and Value Creation*
- 7.1.2. Orientação e posicionamento da empresa em relação ao Marketing
- 7.1.3. Marketing estratégico vs. Marketing Operacional
- 7.1.4. Objetivos na gestão de Marketing
- 7.1.5. Comunicações Integradas de Marketing

7.2. O papel do marketing estratégico

- 7.2.1. Principais estratégias de marketing
- 7.2.2. Segmentação, *targeting* e posicionamento
- 7.2.3. Gestão de Marketing estratégico

7.3. Dimensões da estratégia de Marketing

- 7.3.1. Recursos e investimentos necessários
- 7.3.2. Fundamentos da vantagem competitiva
- 7.3.3. Comportamento competitivo da empresa
- 7.3.4. *Focus Marketing*

7.4. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos

- 7.4.1. Criatividade e inovação em Marketing
- 7.4.2. Geração e filtragem de ideias
- 7.4.3. Análise de viabilidade comercial
- 7.4.4. Desenvolvimento, testes de mercado e comercialização

7.5. Política de determinação de preços

- 7.5.1. Metas a curto e longo prazo
- 7.5.2. Tipos de fixação de preços
- 7.5.3. Fatores que influenciam a determinação de preços

7.6. Estratégias promocionais e Merchandising

- 7.6.1. Gestão da publicidade
- 7.6.2. Plano de comunicação e mídia
- 7.6.3. O *Merchandising* como uma técnica de Marketing
- 7.6.4. *Visual Merchandising*

7.7. Estratégias de distribuição, expansão e intermediação

- 7.7.1. Terceirização da força de vendas e atendimento ao cliente
- 7.7.2. Logística comercial na gestão de vendas de produtos e serviços
- 7.7.3. Gestão do ciclo de vendas

7.8. Desenvolvimento do plano de Marketing

- 7.8.1. Análise e diagnóstico
- 7.8.2. Decisões estratégicas
- 7.8.3. Decisões operacionais

7.9. Novos meios de marketing**7.10. Marketing internacional****Módulo 8. Estratégia Empresarial e Estratégia Operacional****8.1. Novos cenários em *supply chain management***

- 8.1.1. Gestão em ambientes multiculturais
- 8.1.2. A inovação em SCM
- 8.1.3. Orientação da demanda através de operações flexíveis
- 8.1.4. Filosofias e técnicas utilizadas no Japão

8.2. Visão global do *supply chain management*

- 8.2.1. Oportunidades e ameaças do SCM
- 8.2.2. Projeto estratégico do *Supply Chain*
- 8.2.3. Tendências

8.3. As estratégias operacionais

- 8.3.1. Introdução à estratégia e níveis estratégicos
- 8.3.2. A gestão de processos
- 8.3.3. Gestão de Estoque

8.4. Tomada de decisões em logística

- 8.4.1. Análise das decisões
- 8.4.2. Gestão e planejamento de operações globais
- 8.4.3. Gestão de risco em SC
- 8.4.4. Tomada de decisões *Hard y Soft*

8.5. *Lean operations strategy*

- 8.5.1. Sinergias estratégicas com áreas funcionais
- 8.5.2. Operadores Logísticos
- 8.5.3. Matriz processo-produto

8.6. Gestão estratégica de compras

- 8.6.1. Novos desafios na gestão de compras, *sourcing* e aprovisionamento
- 8.6.2. A função das compras na empresa e na cadeia de abastecimento
- 8.6.3. O papel de compras como fornecedor de recursos
- 8.6.4. Aspectos legais da função de compras

8.7. Aquisição estratégica

- 8.7.1. Seleção e desenvolvimento de fornecedores
- 8.7.2. Geração de valor a partir de aquisição estratégica
- 8.7.3. Operadores logísticos em compras

8.8. Desenho da Estratégias de Compras

- 8.8.1. Terceirização
- 8.8.2. Subcontratação de processos
- 8.8.3. Globalização
- 8.8.4. Deslocalização

8.9. Estratégia de operações na fabricação**8.10. Estratégia de operações em serviços**

Módulo 9. Business & International Strategy

9.1. Business & International Strategy

- 9.1.1. Internacionalização
- 9.1.2. *Growth & development in emerging markets*
- 9.1.3. Sistema monetário internacional

9.2. Gestão estratégica de negócios internacionais

- 9.2.1. A internacionalização na nova ordem mundial
- 9.2.2. A influência da cultura nos negócios internacionais
- 9.2.3. A seleção de mercados e países
- 9.2.4. Realocação e *Offshoring*

9.3. Estratégias de internacionalização

- 9.3.1. Razões e exigências para entrar em mercados estrangeiros
- 9.3.2. Alianças estratégicas no processo de expansão internacional
- 9.3.3. Formas de entrar em novos mercados internacionais

9.4. Decisões de internacionalização

- 9.4.1. Estudos de Mercado e tomada de decisões
- 9.4.2. Escolha do local e modo de operação
- 9.4.3. Escolhendo a forma jurídica adequada

9.5. Etapas do processo de internacionalização

- 9.5.1. Análise da demanda internacional
- 9.5.2. Diagnóstico do potencial de exportação
- 9.5.3. Planejamento da Internacionalização
- 9.5.4. Etapas da exportação

9.6. Internacionalização de acordo com o tipo de empresa

- 9.6.1. Empresas de produtos e empresas de serviços
- 9.6.2. Empresas internacionalizadas e multinacionais
- 9.6.3. As PMEs e seu modelo de internacionalização

9.7. Obstáculos à internacionalização

- 9.7.1. Restrições legais
- 9.7.2. Obstáculos logísticos, financeiros e comerciais
- 9.7.3. Obstáculos ao investimento direto

9.8. Cross-Cultural Management

- 9.8.1. Dimensão cultural da gestão internacional
- 9.8.2. Globalização na gestão empresarial
- 9.8.3. Liderança intercultural

9.9. Diversidade internacional e desempenho

9.10. Variedade de produtos e mercados

Módulo 10. Business analytics and Big Data

10.1. Gestão estratégica orientada por dados

10.2. Inteligência de clientes (CRM)

10.3. Fontes de dados e coleta de informações

10.4. Armazenamento e processamento

10.5. Análise de dados massivos para a estratégia

10.6. Programação científica e Python

10.7. Análise estatística em R

10.8. Machine Learning para o Business Analytics

10.9. Mineração de textos e linguagem natural

10.10. Integração de ferramentas para estratégia

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa**11.1. Globalização e Governança**

- 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
- 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa

11.2. Cross Cultural Management

- 11.2.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
- 11.2.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
- 11.2.3. Gestão de Diversidade

11.3. Ética empresarial

- 11.3.1. Ética e moral
- 11.3.2. Ética empresarial
- 11.3.3. Liderança e ética nas empresas

11.4. Sustentabilidade

- 11.4.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Empresas Sustentáveis

11.5. Responsabilidade Social da Empresa

- 11.5.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 11.5.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.5.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

11.6. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 11.6.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 11.6.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 11.6.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
- 11.6.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

11.7. Multinacionais e direitos humanos

- 11.7.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.7.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

11.8. Entorno legal e *Corporate Governance*

- 11.8.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 11.8.2. Propriedade intelectual e industrial
- 11.8.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos**12.1. Gestão estratégica de pessoas**

- 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
- 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas

12.2. Gestão de recursos humanos por competências

- 12.2.1. Análise do potencial
- 12.2.2. Política de remuneração
- 12.2.3. Planos de carreira/sucessão

12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho

- 12.3.1. Gestão de desempenho
- 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo

12.4. Inovação na gestão de talentos e as pessoas

- 12.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
- 12.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
- 12.4.3. Lealdade e retenção
- 12.4.4. Proatividade e inovação

12.5. Motivação

- 12.5.1. A natureza da motivação
- 12.5.2. Teoria das expectativas
- 12.5.3. Teorias de necessidades
- 12.5.4. Motivação e compensação financeira

12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho

- 12.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
- 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

12.7. Comunicação gerencial

- 12.7.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
- 12.7.2. Departamento de Comunicação
- 12.7.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)

12.8. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos

- 12.8.1. Produtividade
- 12.8.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

13.1. Ambiente Econômico

- 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
- 13.1.2. Instituições financeiras
- 13.1.3. Mercados financeiros
- 13.1.4. Ativos financeiros
- 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro

13.2. Contabilidade Gerencial

- 13.2.1. Conceitos básicos
- 13.2.2. O Ativo da empresa
- 13.2.3. O Passivo da empresa
- 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
- 13.2.5. A Demonstração de Resultados

13.3. Sistemas de informação e *Business Intelligence*

- 13.3.1. Fundamentos e classificação
- 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
- 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito

13.4. Orçamento e Controle de Gestão

- 13.4.1. O modelo orçamentário
- 13.4.2. O orçamento de capital
- 13.4.3. O orçamento operacional
- 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
- 13.4.6. Controle orçamentário

13.5. Gestão Financeira

- 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
- 13.5.2. O departamento financeiro
- 13.5.3. Excedentes de tesouraria
- 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
- 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira

13.6. Planejamento Financeiro

- 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
- 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
- 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
- 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
- 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante

13.7. Estratégia Financeira Corporativa

- 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
- 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial

13.8. Financiamento Estratégico

- 13.8.1. Autofinanciamento
- 13.8.2. Aumento de fundos próprios
- 13.8.3. Recursos Híbridos
- 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários

13.9. Análise e planejamento financeiro

- 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
- 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
- 13.9.3. Análise de Rentabilidade

13.10. Análise e resolução de casos/ problemas

- 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico**14.1. Gestão Comercial**

- 14.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
- 14.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
- 14.1.3. O papel dos gerentes comerciais

14.2. Marketing digital e e-commerce

- 14.2.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
- 14.2.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
- 14.2.3. Comércio eletrônico: contexto geral
- 14.2.4. Categorias do comércio eletrônico
- 14.2.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional

14.3. Marketing digital para fortalecer a marca

- 14.3.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
- 14.3.2. *Branded Content & Storytelling*

14.4. Marketing Digital para atrair e fidelizar clientes

- 14.4.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 14.4.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.4.3. *Hipersegmentação*

14.5. Gerenciamento de campanhas digitais

- 14.5.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 14.5.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
- 14.5.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital

14.6. Estratégia de Vendas

- 14.6.1. Estratégia de Vendas
- 14.6.2. Métodos de Vendas

14.7. Comunicação Corporativa

- 14.7.1. Conceito
- 14.7.2. Importância da comunicação na organização
- 14.7.3. Tipo de comunicação na organização
- 14.7.4. Função da comunicação na organização
- 14.7.5. Elementos da comunicação
- 14.7.6. Problemas de comunicação
- 14.7.7. Cenários da comunicação

14.8. Comunicação e reputação digital

- 14.8.1. Reputação online
- 14.8.2. Como medir a reputação digital?
- 14.8.3. Ferramentas de reputação online
- 14.8.4. Relatório de reputação online
- 14.8.5. *Branding online*

Módulo 15. Gestão Executiva**15.1. Management**

- 15.1.1. Conceito de Geral Management
- 15.1.2. A ação do gerente geral
- 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
- 15.1.4. Transformando o trabalho de gestão

15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

- 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

15.3. Gestão operacional

- 15.3.1. Importância da gestão
- 15.3.2. A cadeia de valor
- 15.3.3. Gestão de Qualidade

15.4. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais

- 15.4.1. A comunicação interpessoal
- 15.4.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 15.4.3. A comunicação na organização
- 15.4.4. Ferramentas na organização

15.5. Comunicação em situações de crise

- 15.5.1. Crise
- 15.5.2. Fases da crise
- 15.5.3. Mensagens: conteúdo e momentos

15.6. Preparando um plano de crise

- 15.6.1. Análise de problemas potenciais
- 15.6.2. Planejamento
- 15.6.3. Adequação de pessoal

07

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”*

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.

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

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



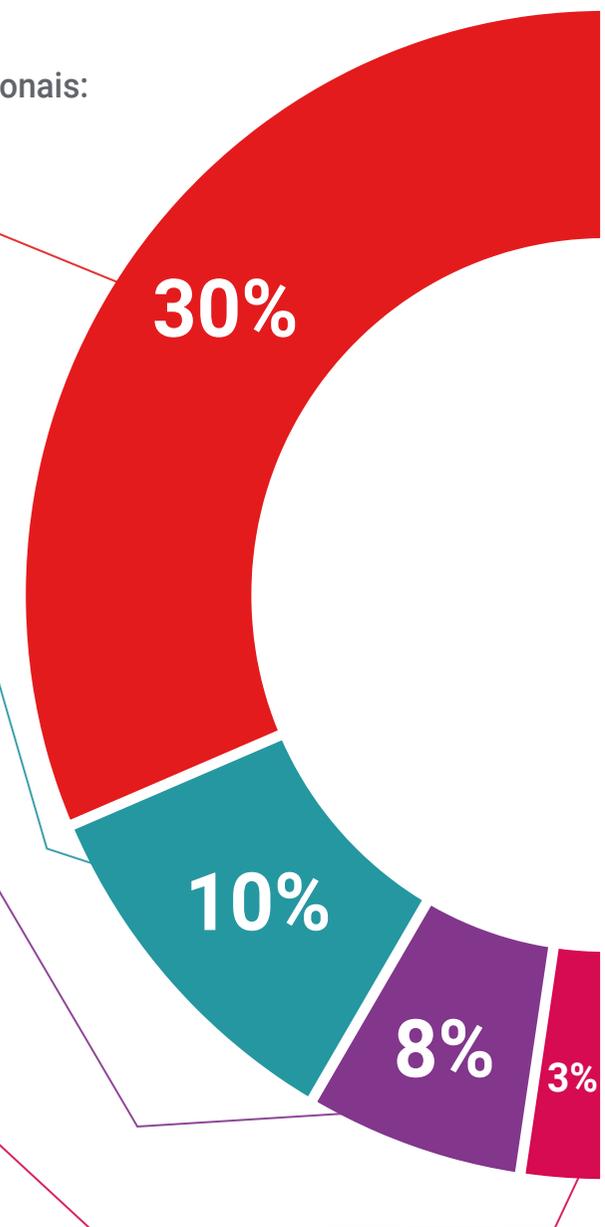
Práticas de habilidades gerenciais

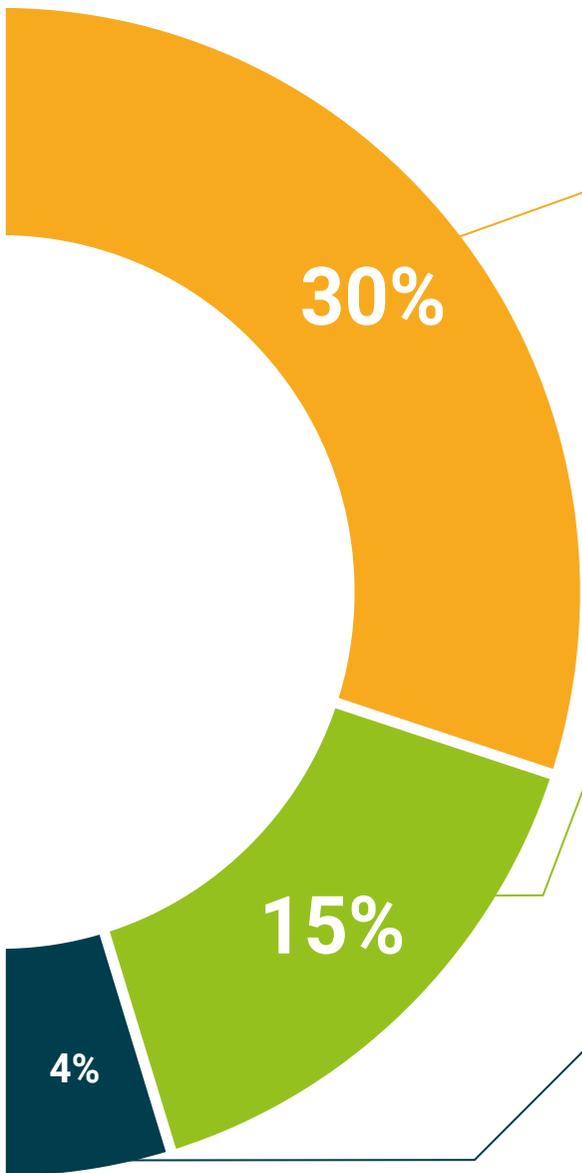
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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.



08

Perfil dos nossos alunos

O MBA em Estratégias (CSO, Chief Strategy Officer) é um programa destinado a profissionais do setor que desejam atualizar seus conhecimentos, descobrir novas maneiras de realizar com sucesso seu trabalho e avançar em sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



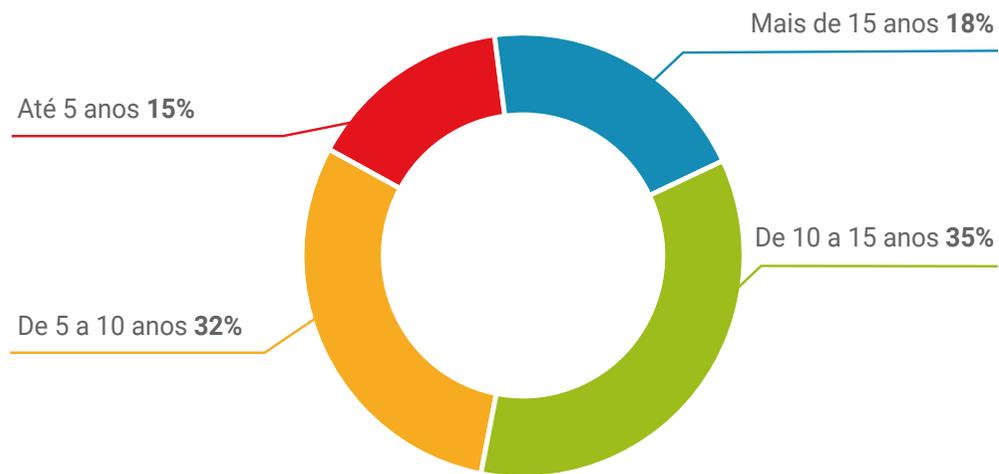
“

Se você tem experiência em liderança e gestão e está a procura de uma melhoria interessante na sua carreira profissional enquanto continua a trabalhar, este programa é para você"

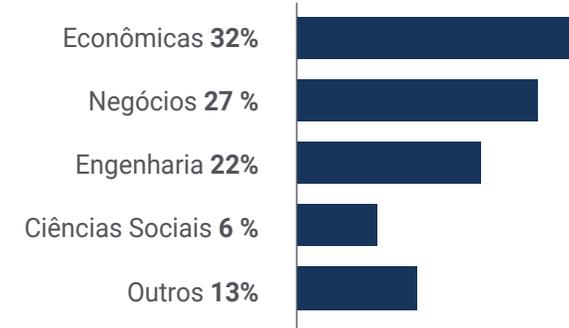
Média de idade

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

Anos de experiência



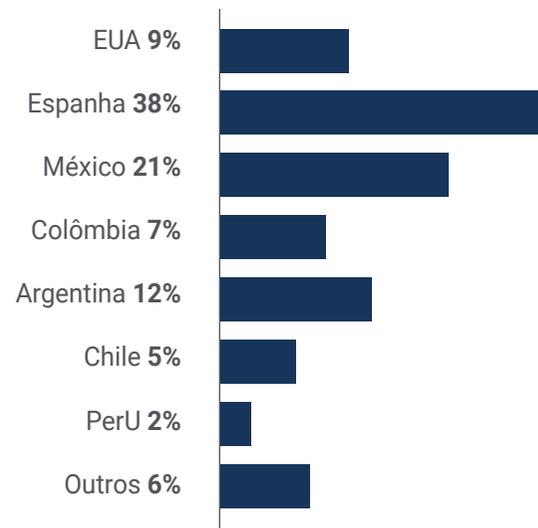
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

"Em minha profissão, é essencial continuar se capacitando constantemente, pois novas técnicas e ferramentas estão sempre surgindo e são indispensáveis para o desenvolvimento adequado da empresa. Portanto, eu estava procurando um programa que me permitisse atualizar meus conhecimentos. Felizmente, na TECH encontrei este MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer), uma capacitação essencial para evoluir profissional e pessoalmente"

09

Direção do curso

O corpo docente do programa inclui especialistas líderes em gestão estratégica de negócios, que trazem seus anos de experiência para o programa. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio nas áreas relacionadas, participam de sua criação, completando o mestrado de forma interdisciplinar, tornando-o, portanto, uma experiência única e altamente enriquecedora para o aluno.



“

Você será orientado durante todo o programa por uma equipe de professores altamente qualificados em gestão estratégica de negócios, com um acompanhamento totalmente personalizado"

Diretor Internacional Convidado

Ilias Jumadilov é um destacado profissional internacional com ampla experiência na Europa, Ásia e Américas. De fato, sua carreira tem se concentrado em **Gestão, Estratégia e Desenvolvimento de Negócios**, alcançando sucessos notáveis em diversas regiões.

Ele atuou como **Diretor de Estratégia Corporativa** na **Schneider Electric**, onde liderou o processo e a plataforma de **estratégia global**. Nesse sentido, seu enfoque inovador permitiu identificar mais de 100 bilhões de euros em novas **oportunidades de crescimento** e foi fundamental tanto na **construção de modelos de previsão**, quanto na **entrega de conhecimentos estratégicos**, fortalecendo a posição competitiva da empresa.

Além disso, ocupou o cargo de **Diretor de Operações de Vendas Internacionais e Europa** na mesma instituição, onde liderou a **transformação comercial** em diversos países, estabelecendo **organizações de excelência em vendas** que aumentaram significativamente a **eficiência e a produtividade**. Mais de 10.000 **representantes de vendas** em todo o mundo adotaram sua capacidade para implementar **processos-chave de vendas** e seu enfoque na **segmentação do portfólio de clientes**, consolidando sua reputação como **líder em vendas e transformação digital**.

Além de sua trajetória na **Schneider Electric**, Ilias Jumadilov tem assessorado **startups** em temas chave como a **Inteligência Artificial**, o **metaverso** e os **negócios internacionais**, trazendo seu profundo conhecimento em **aplicações comerciais de IA** e sua capacidade de orientar **estratégias competitivas**. Sua experiência em **Blockchain** o levou a cofundar a **Rede Blockchain da Ásia Central** e a contribuir significativamente para a **legislação da moeda digital** no Quirguistão. Adicionalmente, seu trabalho para o **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)** e outras organizações tem se destacado pelo impacto e relevância nos âmbitos **tecnológico e econômico**.



Sr. Ilias Jumadilov

- Diretor de Estratégia Corporativa na Schneider Electric, Boston e Hong Kong
- Consultor de *startups* em Inteligência Artificial, metaverso e negócios internacionais
- Diretor de Operações de Vendas Internacionais e Europa na Schneider Electric, Barcelona e Almaty
- Gerente de Produto e Marketing na Schneider Electric, Grenoble
- Cofundador da Associação Rede *Blockchain* da Ásia Central
- Mestrado em Ciências Econômicas pela Universidade Grenoble Alpes, França
- Curso Universitário em Tecnologia do Empreendedorismo pela Universidade de Stanford, Estados Unidos
- Formado em Economia e Gestão pela Universidade Nacional Estatal do Quirguistão



Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento e estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista Fortune 50, como NBCUniversal e Comcast. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da Mastercard através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de Recursos Humanos e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

A TECH conta com uma equipe notável e especializada de diretores convidados internacionais, com importantes posições de liderança nas empresas mais avançadas do mercado global"

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

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

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes** e no **mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e **liderou equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT** e o **Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD

“

Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional”

Diretor Internacional Convidado

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

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

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

Também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da construção de relações valiosas com os clientes e trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha

“

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

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um impacto significativo no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a Produtos, Merchandising e Comunicação, sempre associado a marcas de prestígio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre outras.

Os resultados desse executivo de alto perfil internacional estão ligados à sua comprovada capacidade de sintetizar informações em estruturas claras e executar ações concretas alinhadas com objetivos empresariais específicos. Além disso, é reconhecido por sua proatividade e adaptação a ritmos acelerados de trabalho. Este especialista também possui uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão pelos produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na Giorgio Armani, supervisionou diversas estratégias de Marketing para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no varejo e nas necessidades e comportamentos dos consumidores. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como chefe de equipe nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como Calvin Klein e Gruppo Coin, empreendeu projetos para impulsionar a estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções. Também criou calendários eficazes para campanhas de compra e venda, para campanhas gerenciando termos, custos, processos e prazos de entrega de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados líderes corporativos no setor da Moda e Luxo, com uma alta capacidade de implementação eficaz do posicionamento positivo de diferentes marcas e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

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

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações** e **gerar ações** concretas a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- 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 Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague



Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem”

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como **Diretor de Comunicações e Impacto** na **NASCAR**, sediada na **Florida, Estados Unidos**. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo **Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico** e **Diretor Geral de Assuntos Comerciais**, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o **desenvolvimento estratégico** até o **Marketing de entretenimento**.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como **Vice-Presidente Executivo** das franquias dos **Chicago Bulls** e dos **Chicago White Sox** ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial e estratégico no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no campo esportivo enquanto trabalhava em Nova York como **principal analista estratégico** para **Roger Goodell** na **National Football League (NFL)** e, anteriormente, como estagiário jurídico na **Federação de Futebol dos Estados Unidos**.



Sr. Eric Nyquist

- Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- Formado em Economia Internacional pelo Carleton College



Com este curso universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio dos principais especialistas internacionais na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!"

Direção



Dr. Francisco Javier Hernández

- ♦ Pesquisador do Observatório Centro Internacional em Inovação Contínua
- ♦ Professor de Filosofia e coordenador do Departamento de Ciências Sociais do Colégio San Gabriel
- ♦ Professor na Fundação HÓRREUM
- ♦ Doutor em Filosofia pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Formado em Filosofia pela Universidade de Barcelona
- ♦ Certificado de Aptidão Pedagógica pela Universidade de Barcelona
- ♦ Pesquisador na UPV/EHU



10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um programa com estas características é um grande investimento econômico, profissional e, é claro, pessoal. O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional. Por este motivo, na TECH colocamos todos os nossos recursos à sua disposição para que você possa adquirir a capacitação que procura em um curto período de tempo e, desta forma, conseguir uma mudança profissional positiva que atenda às suas expectativas profissionais.



“

Estamos totalmente comprometidos em ajudá-lo a alcançar essa mudança profissional que você deseja”

Você está preparado para crescer profissionalmente? Uma excelente melhoria profissional espera por você

O MBA em Estratégias (CSO, Chief Strategy Officer) da TECH é um programa intensivo que vai lhe preparar para enfrentar desafios e decisões empresariais a nível estratégico e de gerência geral. Seu principal objetivo é impulsionar o crescimento pessoal e profissional e direcionar seus alunos ao sucesso profissional

Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você

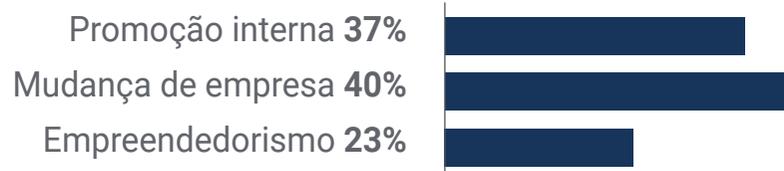
A TECH disponibiliza todos os seus recursos para capacitá-lo a ter sucesso.

Uma capacitação superior que permitirá que você melhore suas habilidades profissionais.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa pode significar um aumento salarial anual de mais de 25,22% para nossos alunos.



11

Benefícios para a sua empresa

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) ajuda a elevar o talento da organização a seu potencial máximo, através da certificação de líderes de alto nível. Portanto, a participação neste programa acadêmico melhorará não apenas em nível pessoal, mas sobretudo, em nível profissional, aumentando sua qualificação e melhorando suas habilidades de gestão. Mas, além disso, juntar-se à comunidade educacional da TECH é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos, na qual encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores





“

Depois de estudar com a gente, você terá uma visão mais global da empresa que lhe permitirá avançar em seus negócios”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional irá proporcionar à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão gerar mudanças relevantes na organização.

02

Retenção de gestores de alto potencial para evitar a evasão de talentos

Esse programa fortalece o vínculo entre empresa e profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da companhia.

03

Construindo agentes de mudança

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

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa proporcionará aos profissionais as habilidades necessárias para assumir novos desafios e impulsionar a empresa.



12

Certificado

O Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

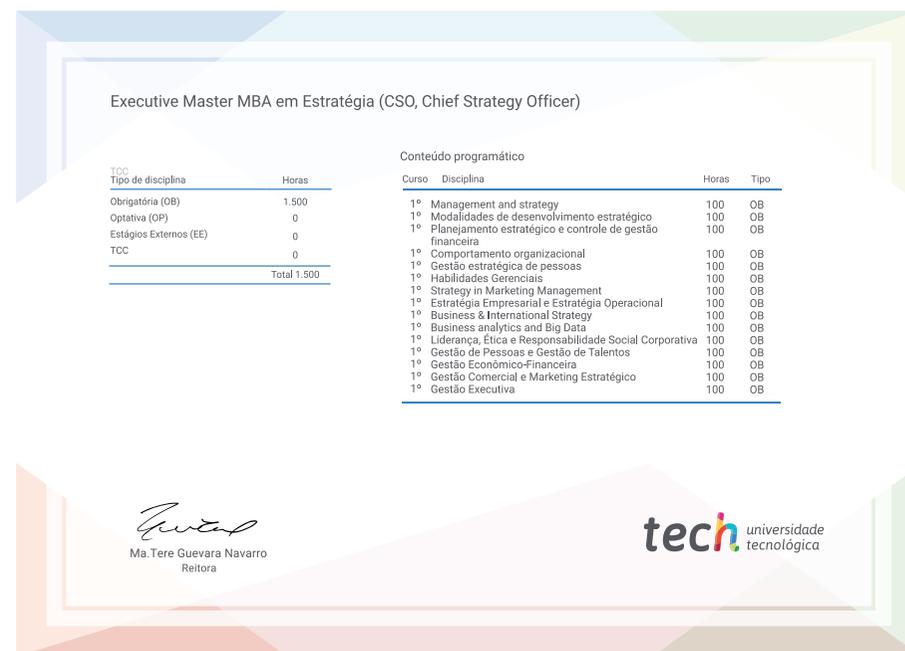
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)**

Modalidade: **online**

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.



Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Executive Master

MBA em Estratégia

(CSO, Chief Strategy Officer)