

Executive Master

MBA em Gestão de Business Intelligence

M B A G B I



Executive Master MBA em Gestão de Business Intelligence

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Destinado a: engenheiros informáticos que pretendam reorientar seu trabalho para o mundo da inteligência dos negócios, ou profissionais experientes na área de BI que precisam atualizar, ampliar e aperfeiçoar suas habilidades e conhecimentos

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-business-intelligence

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. 26

07

Metodologia

pág. 46

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 54

09

Direção do curso

pág. 58

10

Impacto para a sua carreira

pág. 80

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 84

12

Certificado

pág. 88

01

Boas-vindas

A popularização das novas tecnologias e o surgimento de novos sistemas de geração de dados e informações tornam necessário o uso de ferramentas e técnicas capazes de gerenciar e sintetizar suas múltiplas ações, sendo eficazes para agilizar as tarefas nas empresas. Nesse contexto, os sistemas de *Business Intelligence* se apresentam como ferramentas chave em ambientes empresariais, com o objetivo de favorecer o controle e a tomada de decisões estratégicas. Este programa da TECH inclui conteúdos multimídia inovadores e exclusivos na forma de 10 *Masterclasses*. Essas aulas complementares, ministradas por um renomado especialista internacional em *Business Intelligence*, fornecerão ao empresário as habilidades necessárias para obter os melhores resultados acadêmicos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Executive Master MBA em Gestão de Business Intelligence
TECH Universidade Tecnológica



“

Alcance a liderança em sua carreira e obtenha sucesso graças à TECH! Você terá acesso a 10 Masterclasses exclusivas, elaboradas por um especialista em Business Intelligence de prestígio internacional"

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 está desenvolvido para consolidar as habilidades do aluno no MBA em Gestão de Business Intelligence, além de desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais para seu desenvolvimento profissional e sucesso no campo. Ao concluir o programa, o profissional será capaz de tomar decisões sobre BI de forma global e com pensamento digital, adotando uma perspectiva inovadora e com uma visão de negócios única.



“

Temos como objetivo fundamental orientá-lo para a excelência em sua formação e, para isso, desenvolvemos o melhor programa de Business Intelligence do mercado atual”

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

O Executive Master MBA em Gestão de Business Intelligence capacitará o aluno para:

01

Projetar as possíveis aplicações de Business Intelligence (BI) na empresa

04

Estabelecer uma base para a exploração e o aproveitamento das informações da empresa (internas e externas)

02

Examinar soluções avançadas para problemas que possam surgir nas empresas, integrando técnicas e métodos que tenham sido estudados

03

Desenvolver visão/perspectiva de negócios, direção, gestão, tomada de decisões

05

Analisar o Marketing Digital, suas estratégias e tipos de campanhas



06

Definir as melhores práticas na gestão de dados de campanhas e analisar o alcance de objetivos em campanhas

08

Avaliar a visualização de dados, seus diversos tipos e conjuntos

09

Identificar os diferentes tipos de representação mais utilizados na análise de dados e as ferramentas mais eficazes para sua aplicação

07

Determinar as fases do ciclo de vida do cliente e sua relação com uma estratégia de Marketing Digital

10

Criar um processo de *End to End (Ponta a Ponta)* para obter conclusões a partir da exploração de informações



11

Analisar as sessões do site para entender melhor seus clientes

14

Identificar os princípios que devem orientar qualquer processamento de dados pessoais

12

Desenvolver habilidades relacionadas à exploração e modelagem de dados (com R)



13

Analisar o marco legal de proteção de dados e sua relação com a futura regulamentação de sistemas baseados em inteligência artificial

15

Fundamentar o uso de dados pessoais em projetos de *Big Data*

16

Avaliar e gerenciar os riscos de grandes projetos de *Big Data* envolvendo dados pessoais

18

Avaliar as possíveis consequências e riscos da implementação de tecnologias de IA

19

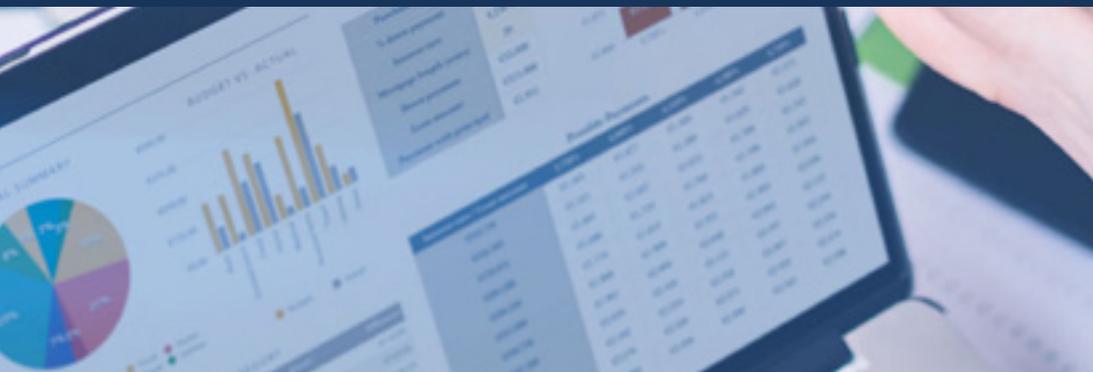
Estabelecer diretrizes adequadas para a adaptação da empresa às mudanças da sociedade

17

Determinar que aplicações específicas a IA tem atualmente em diferentes setores e como elas são utilizadas

20

Propor um modelo de negócios dinâmico que apoie seu crescimento em recursos inigualáveis



05

Competências

Ao longo deste programa, os alunos desenvolverão a capacidade de compreender as bases e princípios do Marketing tradicional, e serão capazes de aplicá-los nas áreas que considerarem estrategicamente necessárias mas também abordarão todas as ferramentas digitais que lhes permitirão ser o profissional em demanda no século XXI, dominando as últimas tendências orientadas para a automação de processos e sustentabilidade de produtos. Além disso, o desenvolvimento de um profundo conhecimento de marketing na indústria do luxo permitirá encontrar o equilíbrio certo entre talento criativo e analítico, lidando com as mudanças econômicas e sociais com maior agilidade.



A grayscale photograph of a hand pointing at a document. The document features a bar chart with three bars of increasing height and a pie chart. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Este programa possibilitará a aquisição das habilidades necessárias para alcançar a excelência em seu trabalho diário"

O profissional, ao concluir o programa, será capaz de:

01

Elaborar estratégias e práticas de mudança para a transformação de negócios digitais através da aplicação avançada de técnicas analíticas

04

Analisar as fases do "Journey" de um cliente e o tipo de campanhas correspondentes correspondentes

02

Examinar a gestão estratégica, organizacional e de projeto, desde o ponto de vista da proposta de valor à elaboração de estratégias de transformações empresariais.

03

Apresentar um sistema básico de análise de informações comerciais

05

Desenvolver métricas de alcance de objetivos associadas a uma estratégia de marketing digital e analisá-las em painéis digitais. Desenvolver o conceito de redenção



06

Identificar padrões e técnicas apropriadas aos problemas conhecidos na análise de dados

08

Confirmar a melhor combinação de técnicas que maximizará a qualidade dos resultados

09

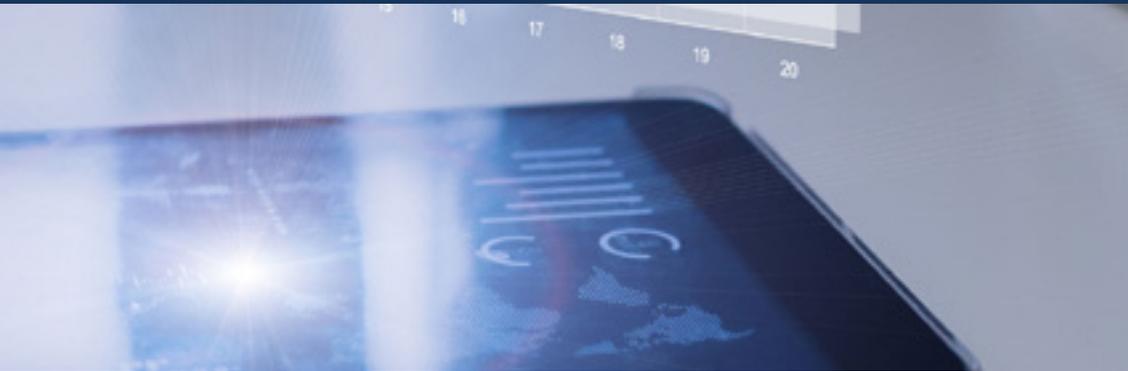
Estabelecer a implementação técnica de um problema de modelagem utilizando linguagens de programação

07

Desenvolver a capacidade de tirar conclusões após o pré-processamento e a modelagem de um conjunto de dados

10

Desenvolver os conceitos mais importantes relacionados a métricas e parametrização



11

Examinar a configuração da ferramenta Google Analytics

14

Determinar os mecanismos para garantir a disponibilidade, integridade e confidencialidade das informações

12

Determinar a diferença entre o Universal Analytics e o Google Analytics 4



13

Avaliar as informações obtidas com a medição de dados para otimizar a estratégia de marketing: retenção, fidelidade e conversões

15

Analisar ferramentas e métodos para a manipulação e melhor utilização dos dados, para a entrega de resultados que sejam compreensíveis para o destinatário final

16

Estabelecendo as bases que legitimam o processamento de dados pessoais

18

Oferecer um modelo de liderança baseado no acompanhamento e no apoio como uma evolução da metodologia autoritária tradicional

19

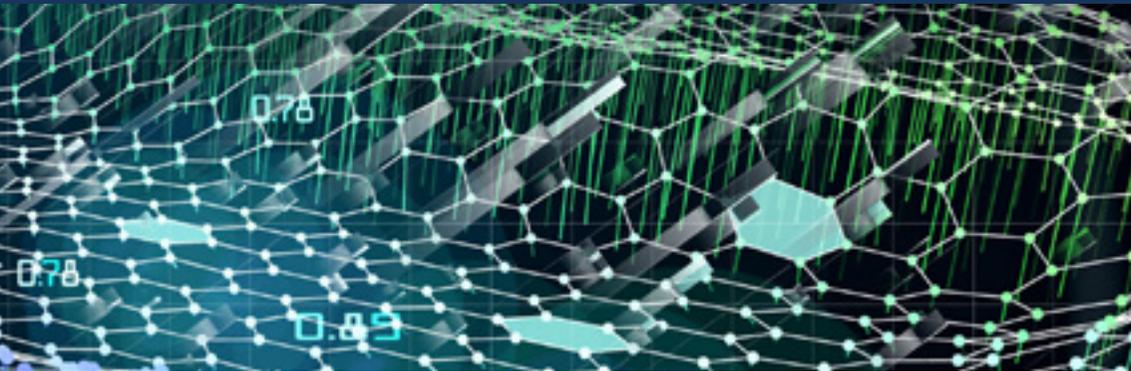
Apresentar o *Coaching* como um método para aprimorar o desempenho de nossos funcionários

17

Apresentar os direitos dos indivíduos em matéria de proteção de dados, seu exercício e atenção

20

Desenvolver conceitos de PNL como uma habilidade prática que garante resultados desejados por meio do estabelecimento de metas para cada situação, da melhoria na percepção das mudanças ocorridas e da adaptação para alcançar esses resultados



06

Estrutura e conteúdo

O MBA em Gestão de Business Intelligence é um programa excepcional que desafia o profissional, direcionando sua atenção para o sucesso no mundo empresarial e a qualidade dos serviços e do capital humano. Trata-se de um programa estruturado de maneira que o aluno não só adquire todo o conhecimento e competências desejados, mas também se apresenta como uma experiência única e estimulante que o levará ao máximo de sua capacidade profissional.



“

Você aprenderá a fundamentar a gestão das emoções como uma ferramenta básica para influenciar os resultados da empresa e seu futuro profissional"

Plano de estudos

O MBA em Gestão de Business Intelligence da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e tomar decisões empresariais no campo da tecnologia e dentro dos sistemas de geração de dados e informações.

O conteúdo do MBA em Gestão de Business Intelligence é projetado para promover o controle e a tomada de decisões estratégicas com sucesso em um ambiente empresarial.

Ao longo de 2.700 horas de capacitação, os alunos analisam inúmeros casos práticos através de trabalhos individuais e em grupo. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Dessa forma, este Executive Master aborda de forma detalhada o conceito de *Business Intelligence* a partir de uma perspectiva disruptiva, completa e atualizada, voltada para a resolução das verdadeiras necessidades do mundo empresarial. Esta elaborado para capacitar profissionais que compreendam o *Business Intelligence* com uma abordagem estratégica, internacional e inovadora.

É um plano totalmente voltado para o aluno, com foco na melhoria profissional e na preparação para alcançar a excelência no campo de Business Intelligence. Um programa que compreende tanto as necessidades do aluno quanto as da empresa, oferecendo um conteúdo inovador baseado nas últimas tendências, apoiado pela melhor metodologia educacional e um corpo docente excepcional.

Este MBA tem a duração de 12 meses e está dividido em 15 módulos:

Módulo 1	Business Intelligence na Empresa
Módulo 2	Perspectiva de Negócios
Módulo 3	Transformação Empresarial orientada por Dados
Módulo 4	Visualização de Dados
Módulo 5	Programação para a Análise de Dados
Módulo 6	Digital Marketing Analytics
Módulo 7	Gerenciamento de Dados
Módulo 8	Proteção de Dados
Módulo 9	Business Intelligence e Inteligencia Artificial: Estratégias e Aplicações
Módulo 10	Otimização do Capital Humano na Empresa
Módulo 11	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
Módulo 12	Gestão de Pessoas e 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 realizar este programa completamente online. Durante os 12 meses de capacitação, o aluno poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permitirá autogerir seu tempo de estudo.

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



Módulo 1. Business Intelligence na Empresa

1.1. Business Intelligence empresarial

- 1.1.1. O mundo dos dados
- 1.1.2. Conceitos relevantes
- 1.1.3. Principais características
- 1.1.4. Soluções no mercado atual
- 1.1.5. Arquitetura geral de uma solução BI
- 1.1.6. Cibersegurança em BI e *Data Science*

1.2. Novo conceito empresarial

- 1.2.1. Por que a BI?
- 1.2.2. Obtenção da Informação
- 1.2.3. BI nos diferentes departamentos da empresa
- 1.2.4. Razões para investir em BI

1.3. Data Warehouse

- 1.3.1. Definição e objetivos: *Data Warehouse* e *Data Mart*
- 1.3.2. Arquitetura
- 1.3.3. Modelagem dimensional e seus tipos de esquemas
- 1.3.4. Processo de Extração, Transformação e Carregamento (ETL)
- 1.3.5. Metadados

1.4. Big Data e Captura de dados

- 1.4.1. Captura
- 1.4.2. Transformação
- 1.4.3. Armazenamento

1.5. Reporting Business Intelligence (BI)

- 1.5.1. Estruturas do BB.DD.
- 1.5.2. BBDD OLTP e OLAP
- 1.5.3. Exemplos

1.6. Os Dashboards ou Balanced Scorecards

- 1.6.1. Painéis de controle
- 1.6.2. Sistemas de suporte à decisão
- 1.6.3. Sistemas de Informação Executiva

1.7. Deep Learning

- 1.7.1. *Deep Learning*
- 1.7.2. Utilidades del *Deep Learning*

1.8. Machine learning

- 1.8.1. *Machine Learning*
- 1.8.2. Utilidades do *Machine Learning*
- 1.8.3. *Deep Learning* vs *Machine Learning*

1.9. Ferramentas e soluções de BI

- 1.9.1. Escolha da melhor ferramenta
- 1.9.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
- 1.9.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
- 1.9.4. Prometeus

1.10. Planejamento e Gestão de Projetos de BI

- 1.10.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
- 1.10.2. Solução BI para sua empresa
- 1.10.3. Requisitos e objetivos

Módulo 2. Perspectiva de Negócios**2.1. A empresa**

- 2.1.1. Teoria do Capital de Risco
- 2.1.2. Morfologia das organizações: tamanho, forma, atividade e setores
- 2.1.3. Organização e recursos
- 2.1.4. A gestão e suas necessidades

2.2. Empresa: Mercado e Cliente

- 2.2.1. Mercado e Cliente
- 2.2.2. Análise e segmentação de mercado
 - 2.2.2.1. Competências direta e indireta
 - 2.2.2.2. Vantagem Competitiva

2.3. Análise DAFO

- 2.3.1. A estratégia de negócios
- 2.3.2. Análise DAFO
- 2.3.3. Objetivos e prazos [SMART, C/M/L/P, objetivos em cascata]
- 2.3.4. Medição de resultados: conhecer a realidade
- 2.3.5. Principais Indicadores de Desempenho(KPIs)

2.4. Informação como um ativo

- 2.4.1. Informação e gerenciamento
- 2.4.2. Avaliação do Ciclo de Vida de Informação
- 2.4.3. Sistema Operacional e Sistema Estratégico

2.5. Balanced Scorecard

- 2.5.1. Painéis de controle: Operacional, tático e estratégico
- 2.5.2. Definição do CMI
- 2.5.3. Perspectiva financeira
- 2.5.4. Perspectiva de cliente
- 2.5.5. Perspectiva de processos internos
- 2.5.6. Perspectiva de aprendizagem e crescimento

2.6. Análise da Produtividade

- 2.6.1. Receitas, gastos, investimentos e consumo
- 2.6.2. Análise e alocação de custos
- 2.6.3. ROI e outros índices relevantes

2.7. Distribuição e Vendas

- 2.7.1. Relevância do departamento
- 2.7.2. Canais e equipamentos
- 2.7.3. Tipos de vendas e consumo

2.8. Outras áreas comuns

- 2.8.1. Produção e prestação de serviços
- 2.8.2. Distribuição e logística
- 2.8.3. Comunicação comercial
- 2.8.4. *Inbound Marketing*

2.9. Data Management

- 2.9.1. Funções e responsabilidades (funções gerenciais e funções técnicas)
- 2.9.2. Identificação dos (*stakeholders*)
- 2.9.3. Sistemas de gerenciamento de informações [introdução e tipos, sem detalhes tecnológicos]
- 2.9.4. Tipo de Sistemas Operacionais
- 2.9.5. Sistemas estratégicos de suporte de decisão
- 2.9.6. Plataformas de informação: Cloud Computing vs On Premise

2.10. Explorando informações:

- 2.10.1. Introdução SQL: conceitos básicos de bancos de dados relacionais (DDL e DML, PK, FK, JOINS)
- 2.10.2. Redes e comunicações: redes públicas/privadas, endereço de rede/subrede/router e DNS Tunel VPN e SSH
- 2.10.3. Sistema operacional: Modelos de dados padronizados
- 2.10.4. Sistema estratégico: Modelo multidimensional, OLAP e *Dashboards* gráficos
- 2.10.5. Análise estratégica do BB.DD e composição do relatório

Módulo 3. Transformação Empresarial orientada por Dados

3.1. Big Data

- 3.1.1. *Big Data* nas empresas
- 3.1.2. Conceito de valor
- 3.1.3. Gestão de Projetos de valor

3.2. Customer Journey

- 3.2.1. Ciclo de vida de Clientes
- 3.2.2. Associar campanhas ao ciclo de vida
- 3.2.3. Métricas de campanha

3.3. Gestão de dados para campanhas

- 3.3.1. *Datawarehouse* e *Datalab*
- 3.3.2. Ferramentas para a criação de campanhas
- 3.3.3. Métodos de acionamento

3.4. GDPR em Marketing Digital

- 3.4.1. Anonimização de dados e manipulação de dados pessoais
- 3.4.2. Conceito Robinson
- 3.4.3. Listas de exclusão

3.5. Painéis de controle

- 3.5.1. KPIS
- 3.5.2. Público
- 3.5.3. Ferramentas
- 3.5.4. *Storytelling*

3.6. Análise e caracterização de clientes

- 3.6.1. Visão 360° do cliente
- 3.6.2. Articulação da análise com ações táticas
- 3.6.3. Ferramentas de análise

3.7. Exemplos comerciais aplicando técnicas de Big Data

- 3.7.1. *Upselling/Cross-selling*
- 3.7.2. Modelos de propensão
- 3.7.3. Modelo de risco
- 3.7.4. Predições
- 3.7.5. Processamento de imagem

Módulo 4. Visualização de dados**4.1. Visualização de dados**

- 4.1.1. Visualização de dados
- 4.1.2. Importância da análise e visualização dos dados
- 4.1.3. Evolução

4.2. O design

- 4.2.1. Uso da cor
- 4.2.2. Composição e tipografia
- 4.2.3. Recomendações

4.3. Tipos de dados

- 4.3.1. Qualitativos
- 4.3.2. Quantitativos
- 4.3.3. Dados temporários

4.4. Conjunto de dados

- 4.4.1. Arquivos
- 4.4.2. Bases de dados
- 4.4.3. *Opendata*
- 4.4.4. Dados em *Streaming*

4.5. Tipos comuns de representações

- 4.5.1. De colunas
- 4.5.2. De barras
- 4.5.3. De linhas
- 4.5.4. De áreas
- 4.5.5. De dispersão

4.6. Tipos avançado de representação

- 4.6.1. Circulares
- 4.6.2. De aneis
- 4.6.3. De bolhas
- 4.6.4. Mapas

4.7. Implementação por área

- 4.7.1. Ciência política e sociologia
- 4.7.2. Ciência
- 4.7.3. Marketing
- 4.7.4. Saúde e bem estar
- 4.7.5. Meteorologia
- 4.7.6. Negócios e finanças

4.8. *Storytelling*

- 4.8.1. Importância do *storytelling*
- 4.8.2. História do *Storytelling*
- 4.8.3. Aplicação do *storytelling*

4.9. Software de visualização

- 4.9.1. Comercial:
- 4.9.2. Gratuitos
- 4.9.3. *Online*
- 4.9.4. Software livre

4.10. O futuro da visualização de dados

- 4.10.1. Realidade virtual
- 4.10.2. Realidade aumentada
- 4.10.3. Inteligência artificial

Módulo 5. Programação para a análise de dados

5.1. Programação para a análise de dados

- 5.1.1. Linguagem para a análise de dados
- 5.1.2. Evolução e características das principais ferramentas
- 5.1.3. Instalação e configuração

5.2. Tipos de dados

- 5.2.1. Tipos básicos
- 5.2.2. Tipos complexos
- 5.2.3. Outras estruturas

5.3. Estruturas e operações

- 5.3.1. Operações de dados
- 5.3.2. Estruturas de controle
- 5.3.3. Operações com arquivos

5.4. Extração e análise de informações

- 5.4.1. Resumos estatísticos
- 5.4.2. Análise univariada
- 5.4.3. Análise multivariada

5.5. Visualização

- 5.5.1. Gráficos univariados
- 5.5.2. Gráficos multivariados
- 5.5.3. Outros gráficos de interesse

5.6. Pré-processamento

- 5.6.1. A importância da qualidade dos dados
- 5.6.2. Detecção e análise de *Outliers*
- 5.6.3. Outros fatores de qualidade do conjunto de dados

5.7. Pré-processamento avançado

- 5.7.1. Subamostragem
- 5.7.2. Reamostragem
- 5.7.3. Redução da dimensionalidade

5.8. Modelos de dados

- 5.8.1. Fases de modelagem
- 5.8.2. Divisão do conjunto de dados
- 5.8.3. Métricas para previsão

5.9. Modelos de dados avançado

- 5.9.1. Modelos não supervisionados
- 5.9.2. Modelos supervisionados
- 5.9.3. Bibliotecas de modelagem

5.10. Ferramentas e práticas recomendadas

- 5.10.1. Boas práticas para modelagem
- 5.10.2. As ferramentas de um analista de dados
- 5.10.3. Conclusão e livrarias de interesse

Módulo 6. Digital Marketing Analytics**6.1. Análise Web**

- 6.1.1. Análise Web. Uso
- 6.1.2. História
- 6.1.3. Metodologia de aplicação

6.2. Google Analytics

- 6.2.1. Relatórios do Google Analytics
- 6.2.2. Métricas vs Dimensões
- 6.2.3. Objetivos de medição

6.3. Métricas e conversões

- 6.3.1. Métricas básicas
- 6.3.2. KPIs (*Key Performance Indicators*) ou Métricas Avançadas
- 6.3.3. Conversão

6.4. Dimensões.

- 6.4.1. Campanha/palavra-chave (*keyword*)
- 6.4.2. Fonte/Mídia
- 6.4.3. Conteúdo

6.5. Universal Analytics vs Google Analytics 4

- 6.5.1. Diferenças UA vs GA4
- 6.5.2. Vantagens e limitações
- 6.5.3. Uso das ferramentas UA e GA4

6.6. Configuração de Google Analytics

- 6.6.1. Instalação e integração
- 6.6.2. Estrutura da Análise Universal: Contas, propriedades e visualizações
- 6.6.3. Metas e funis de conversão

6.7. Relatórios

- 6.7.1. Análise em tempo real
- 6.7.2. Análise de audiências
- 6.7.3. Análise de aquisição
- 6.7.4. Análise comportamental
- 6.7.5. Análise de conversões

6.8. Relatórios avançados

- 6.8.1. Painéis
- 6.8.2. Relatórios customizados
- 6.8.3. APIs

6.9. Segmentos

- 6.9.1. Diferença entre segmento e filtro
- 6.9.2. Tipos de segmentos: pré-definidos / customizados
- 6.9.3. *Remarketing*

6.10. Analítica Digital

- 6.10.1. Medidas
- 6.10.2. Implementação
- 6.10.3. Conclusões

Módulo 7. Gerenciamento de dados

7.1. Estatística

- 7.1.1. Estatísticas: descritivas e inferências
- 7.1.2. População, amostra, individual
- 7.1.3. Variáveis: definição, escalas de medição

7.2. Tipos de dados estatísticos

- 7.2.1. De acordo com o tipo
 - 7.2.1.1. Quantitativos: dados contínuos e dados discretos
 - 7.2.1.2. Qualitativo: dados binomiais, dados nominais, dados ordinais
- 7.2.2. De acordo com a forma: numérica, texto, lógica
- 7.2.3. De acordo com sua fonte: primária, secundária

7.3. Planejamento de gerenciamento de dados

- 7.3.1. Definição dos objetivos
- 7.3.2. Determinação dos recursos disponíveis
- 7.3.3. Estabelecimento de prazos
- 7.3.4. Estruturas dos dados

7.4. Coleta de dados

- 7.4.1. Metodologia de coleta
- 7.4.2. Ferramentas de coleta
- 7.4.3. Canais de coleta

7.5. Limpeza de dados

- 7.5.1. Fases da limpeza de dados
- 7.5.2. Qualidade dos dados
- 7.5.3. Manipulação de dados (com R)

7.6. Análise de dados, interpretação e avaliação dos resultados

- 7.6.1. Medidas estatísticas
- 7.6.2. Índices de relação
- 7.6.3. Mineração de dados

7.7. Visualização de dados

- 7.7.1. Exibição adequada de acordo com o tipo de dados
- 7.7.2. Considerações dos usuários finais
- 7.7.3. Modelos executivos de apresentação de resultados

7.8. Armazém de dados (datawarehouse)

- 7.8.1. Elementos que o compõem
- 7.8.2. Desenho
- 7.8.3. Aspectos a considerar

7.9. Disponibilidade de dados

- 7.9.1. Acesso
- 7.9.2. Utilidade
- 7.9.3. Segurança

7.10. Aplicação prática

- 7.10.1. Exame de dados
- 7.10.2. Manipulação e ajuste de padrões e estruturas
- 7.10.3. Aplicação de testes e modelagem

Módulo 8. Proteção de dados**8.1. Regulamentos de proteção de dados**

- 8.1.1. Marco regulatório
- 8.1.2. Definições
- 8.1.3. Sujeitos obrigados a cumprir o regulamento
 - 8.1.3.1. Diferenças entre controladores de dados, controladores conjuntos e processadores
- 8.1.4. A figura do encarregado da proteção de dados

8.2. Regulamento harmonizado de Inteligência Artificial: proposta de um regulamento europeu

- 8.2.1. Práticas proibidas
- 8.2.2. Sistemas de inteligência artificial de alto risco
- 8.2.3. Medida de apoio à Inovação

8.3. Princípios relativos ao processamento de dados pessoais

- 8.3.1. Equidade, lealdade e transparência
- 8.3.2. Limitação de propósito
- 8.3.3. Minimização de dados, precisão e limitação do prazo de conservação
- 8.3.4. Integridade e confidencialidade
- 8.3.5. Responsabilidade proativa

8.4. Base da legalidade ou legitimidade e autorizações para o processamento, incluindo, quando apropriado, a comunicação de dados

- 8.4.1. Consentimento
- 8.4.2. Relação contratual ou medidas pré-contratuais
- 8.4.3. Cumprimento de uma obrigação legal

- 8.4.4. Proteção de interesses vitais da pessoa em questão ou outra pessoa
- 8.4.5. Interesse Público ou exercício do Poder Público
- 8.4.6. Interesses legítimos: equilíbrio de interesses

8.5. Direitos dos indivíduos

- 8.5.1. Transparência e informação
- 8.5.2. Acesso
- 8.5.3. Retificação e supressão (direito a ser esquecido), limitação e portabilidade
- 8.5.4. Oposição e decisões individuais automatizadas
- 8.5.5. Limitações dos direitos

8.6. Proteção de dados por projeto: análise e gerenciamento dos riscos do processamento de dados pessoais

- 8.6.1. Identificação dos riscos e ameaças aos direitos e liberdades das pessoas físicas
- 8.6.2. Avaliação de risco
- 8.6.3. Plano de tratamento de risco

8.7. Técnicas para garantir o cumprimento da Regulamento de Proteção de Dados

- 8.7.1. Identificação de medidas pró-ativas de prestação de contas
- 8.7.2. Medidas organizativas
- 8.7.3. Medidas técnicas
- 8.7.4. O Registro de atividades do tratamento
- 8.7.5. Gestão de brechas de segurança
- 8.7.6. Códigos de Conduta e Certificações

8.8. A Avaliação de Impacto da Proteção de Dados Pessoais (PPRIA ou DPIA)

- 8.8.1. Avaliação das necessidades do EIPD
- 8.8.2. Metodologias de avaliação
- 8.8.3. Identificação de riscos e ameaças
- 8.8.4. Consulta prévia da autoridade de controle

8.9. Regulação contratual entre controladores, processadores e, quando apropriado, outros assuntos. Transferências internacionais de dados

- 8.9.1. Contrato de acesso ou processamento de dados
- 8.9.2. Contratos entre corresponsáveis
- 8.9.3. Responsabilidades das partes
- 8.9.4. Definição e salvaguardas a serem adotadas nas transferências internacionais

8.10. As autoridades de controle Infrações e sanções

- 8.10.1. Infrações
- 8.10.2. Sanções
- 8.10.3. Procedimentos de penalização
- 8.10.4. As autoridades de controle e os mecanismos de cooperação

Módulo 9. Business Intelligence e Inteligência Artificial: Estratégias e aplicações

9.1. Serviços financeiros

- 9.1.1. As implicações da Inteligência Artificial (IA) nos serviços financeiros Oportunidades e desafios
- 9.1.2. Casos de uso
- 9.1.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.1.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.2. Implicações da Inteligência Artificial na área de saúde

- 9.2.1. Implicações da IA no setor da saúde Oportunidades e desafios
- 9.2.2. Casos de uso

9.3. Riscos relacionados ao uso de IA na área de saúde

- 9.3.1. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.3.2. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.4. Retail

- 9.4.1. Participação da IA no Retail. Oportunidades e desafios
- 9.4.2. Casos de uso
- 9.4.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.4.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.5. Indústria 4.0

- 9.5.1. Participação da IA no Indústria 4.0 Oportunidades e desafios
- 9.5.2. Casos de uso

9.6. Potenciais riscos relacionados ao uso de IA da Indústria 4.0

- 9.6.1. Casos de uso
- 9.6.2. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.6.3. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.7. Administração pública

- 9.7.1. Implicações da IA na Administração Pública: oportunidades e desafios
- 9.7.2. Casos de uso
- 9.7.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.7.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.8. Educação

- 9.8.1. Implicações da IA na educação: oportunidades e desafios
- 9.8.2. Casos de uso
- 9.8.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.8.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.9. Silvicultura e agricultura

- 9.9.1. Participação da IA na silvicultura e na agricultura Oportunidades e desafios
- 9.9.2. Casos de uso
- 9.9.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.9.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

9.10. Recursos Humanos

- 9.10.1. Participação da IA nos Recursos Humanos Oportunidades e desafios
- 9.10.2. Casos de uso
- 9.10.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 9.10.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

Módulo 10. Otimização do Capital Humano na Empresa**10.1. Capital humano na empresa**

- 10.1.1. Valor do capital humano no mundo tecnológico
- 10.1.2. Habilidades Gerenciais
- 10.1.3. Mudança de paradigma nos modelos de gestão

10.2. Competências do diretor

- 10.2.1. O processo de gestão
- 10.2.2. As funções da direção
- 10.2.3. Gestão de liderança de grupo em empresas: relações de grupo

10.3. Comunicação na empresa

- 10.3.1. O processo de comunicação na empresa
- 10.3.2. Relações Interpessoais na empresa
- 10.3.3. Técnicas de comunicação para mudança
 - 10.3.3.1. *Storytelling*
 - 10.3.3.2. Técnicas de comunicação assertiva. *Feedback*, consenso

10.4. Coaching empresarial

- 10.4.1. *Coaching* Empresarial
- 10.4.2. A prática do *Coaching*
- 10.4.3. Tipos de *coaching* e *coaching* em organizações
 - 10.4.3.1. O *coaching* como um estilo de liderança

10.5. Mentoria de negócios

- 10.5.1. A *Mentoria* na empresa
- 10.5.2. Os 4 processos de um programa de *mentoria*
- 10.5.3. Benefícios desta ferramenta comercial

10.6. Mediação e resolução de conflitos nos negócios

- 10.6.1. Os conflitos
- 10.6.2. Prevenir, abordar e resolver conflitos
- 10.6.3. Estresse e motivação profissional

10.7. Técnicas de negociação

- 10.7.1. A negociação na gestão de empresas de tecnologia
- 10.7.2. Estratégias e principais tipos de negociação
- 10.7.3. A figura do sujeito negociado

10.8. Gestão de mudanças nos negócios

- 10.8.1. Fatores de mudança organizacional
- 10.8.2. Planejamento estratégico
- 10.8.3. Gestão de mudanças organizacionais
 - 10.8.3.1. Para mudanças intangíveis: equipes, comunicação, cultura, liderança
 - 10.8.3.2. Para mudanças básicas ou tangíveis: estabelecimento de metas, medição de desempenho, aprendizagem, reconhecimento e recompensas

10.9. Técnicas de aperfeiçoamento no funcionamento de uma equipe

- 10.9.1. Técnicas de trabalho em equipe
- 10.9.2. Delegação nas equipes de trabalho

10.10. Dinâmica de grupo. Classificação

- 10.10.1. A função do facilitador
- 10.10.2. Técnicas de dinâmica de grupo
 - 10.10.2.1. *Braimstorming+*
 - 10.10.2.2. Philips 6/6
 - 10.10.2.3. O balão de ar quente D

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. Liderança

- 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
- 11.2.2. Liderança nas Empresas
- 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas

11.3. *Cross Cultural Management*

- 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
- 11.3.3. Gestão de Diversidade

11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
- 11.4.2. Conceito de liderança
- 11.4.3. Teorias de liderança
- 11.4.4. Estilos de liderança
- 11.4.5. Inteligência na liderança
- 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente

11.5. Ética empresarial

- 11.5.1. Ética e moral
- 11.5.2. Ética empresarial
- 11.5.3. Liderança e ética nas empresas

11.6. Sustentabilidade

- 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Empresas Sustentáveis

11.7. Responsabilidade Social da Empresa

- 11.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

gerenciamento responsável

- 11.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
- 11.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

11.9. Multinacionais e direitos humanos

- 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

11.10. Entorno legal e *Corporate Governance*

- 11.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
- 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

11.8. Sistemas e ferramentas de

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. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos

- 12.7.1. Produtividade
- 12.7.2. 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

- 14.2.1. Conceito de Marketing
- 14.2.2. Noções básicas de marketing
- 14.2.3. Atividades de marketing da empresa

14.3. Gestão estratégica de Marketing

- 14.3.1. Conceito de marketing estratégico
- 14.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
- 14.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing

14.4. Marketing digital e e-commerce

- 14.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
- 14.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
- 14.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
- 14.4.4. Categorias do comércio eletrônico
- 14.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional

14.5. Marketing digital para fortalecer a marca

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

14.6. Marketing Digital para atrair e fidelizar clientes

- 14.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 14.6.3. Hipersegmentação

14.7. Gerenciamento de campanhas digitais

- 14.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 14.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
- 14.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital

14.8. Estratégia de Vendas

- 14.8.1. Estratégia de Vendas
- 14.8.2. Métodos de Vendas

14.9. Comunicação Corporativa

- 14.9.1. Conceito
- 14.9.2. Importância da comunicação na organização
- 14.9.3. Tipo de comunicação na organização
- 14.9.4. Função da comunicação na organização
- 14.9.5. Elementos da comunicação
- 14.9.6. Problemas de comunicação
- 14.9.7. Cenários da comunicação

14.10. Comunicação e reputação digital

- 14.10.1. Reputação online
- 14.10.2. Como medir a reputação digital?
- 14.10.3. Ferramentas de reputação online
- 14.10.4. Relatório de reputação online
- 14.10.5. *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. Gestão operacional

- 15.2.1. Importância da gestão
- 15.2.2. A cadeia de valor
- 15.2.3. Gestão de Qualidade

15.3. Oratória e capacitação do porta-voz

- 15.3.1. Comunicação interpessoal
- 15.3.2. Habilidades de comunicação e influência
- 15.3.3. Obstáculos à comunicação

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

15.7. Inteligência emocional

- 15.7.1. Inteligência emocional e comunicação
- 15.7.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 15.7.3. Autoestima e Comunicação Emocional

15.8. Branding personal

- 15.8.1. Estratégias para o branding pessoal
- 15.8.2. Leis de branding pessoal
- 15.8.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

15.9. Liderança e gestão de equipes

- 15.9.1. Liderança e estilos de liderança
- 15.9.2. Competências e desafios do líder
- 15.9.3. Gestão de processos de Mudança
- 15.9.4. Gestão de Equipes Multiculturais



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”*

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



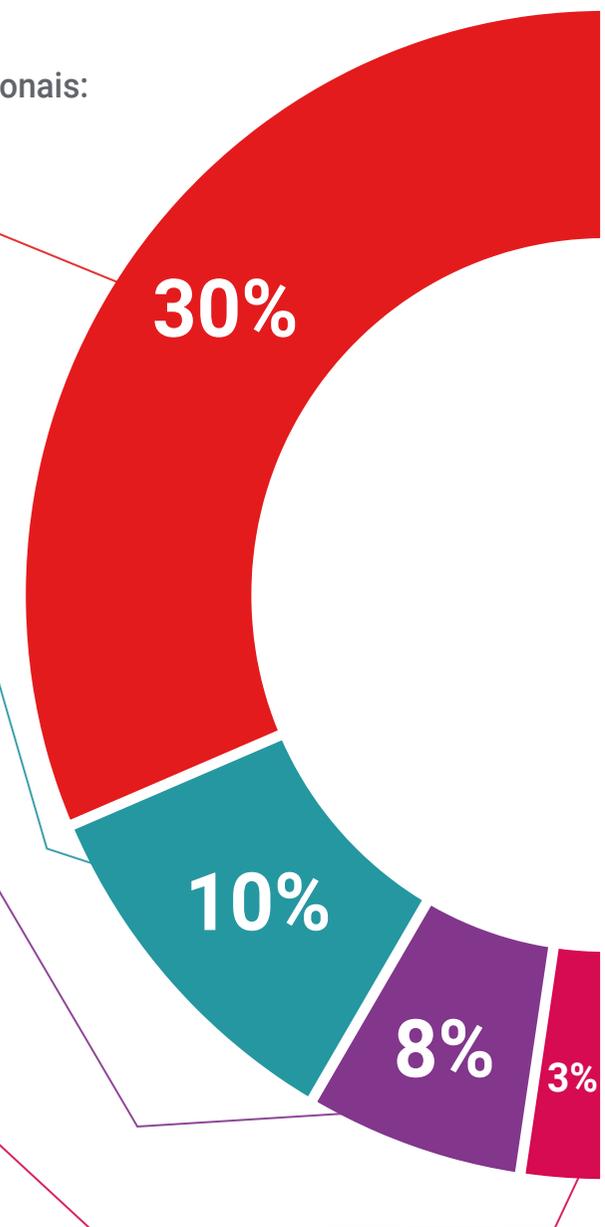
Práticas de habilidades gerenciais

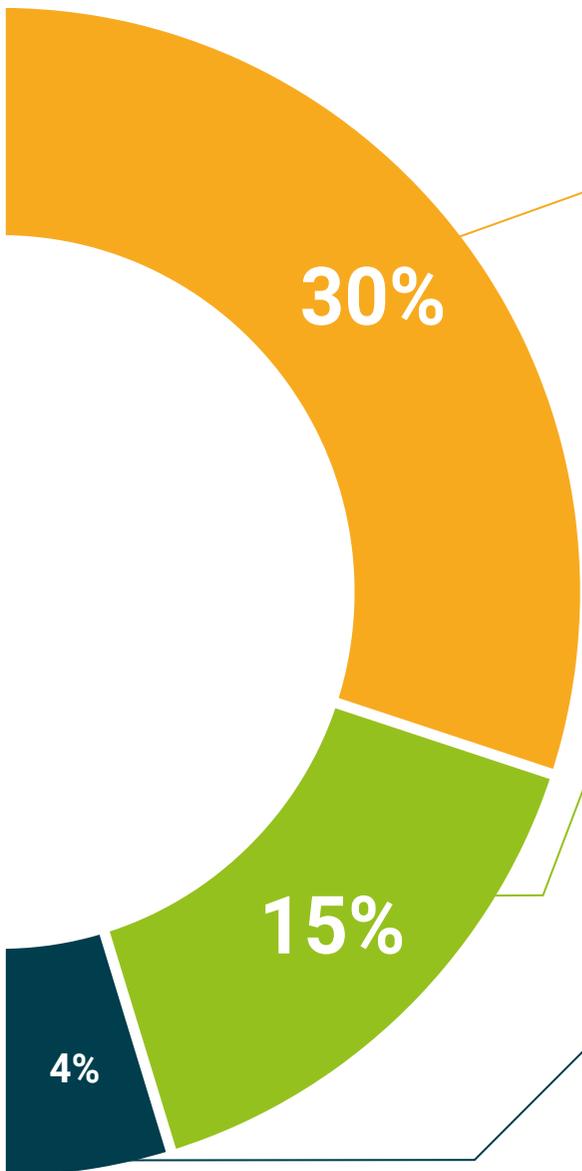
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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.



08

Perfil dos nossos alunos

O MBA em Gestão de Business Intelligence está destinado a engenheiros informáticos que pretendam reorientar seu trabalho para o mundo da inteligência dos negócios, ou profissionais experientes na área de BI que precisam atualizar, ampliar e aperfeiçoar suas habilidades e conhecimentos

Além disso, a diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.

Também poderão realizar esse Executive Master os profissionais graduados em qualquer área, mas que possuam dois anos de experiência profissional na área de Business Intelligence.





“

Se você tem experiência em Business Intelligence e busca impulsionar sua carreira, não hesite em participar deste programa”

Média de idade

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

Anos de experiência

+14 anos **8,5 %**

12-13 anos **13,7%**

10-11 años **19%**

8-9 anos **28%**

5 anos **7,5 %**

6-7 años **23,3%**



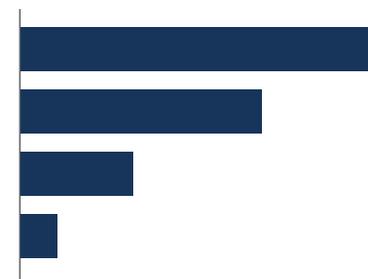
Formação

Empresariais **48 %**

Econômicas **32%**

Engenharias **15%**

Ciências Sociais **5%**



Perfil acadêmico

Operações **20%**

Ventas e Marketing **17%**

Finanças **15%**

Direção geral **13 %**

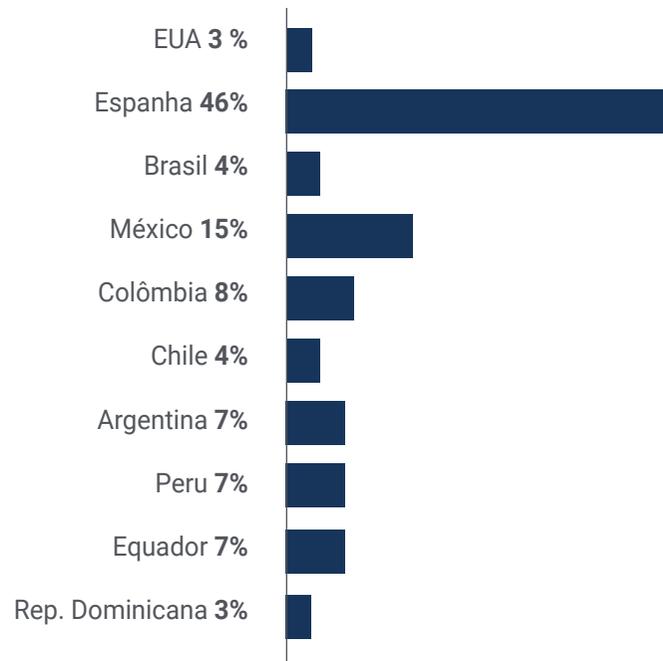
Gestão de projetos **13%**

Consultoria **12 %**

Planejamento e contabilidade **7%**



Distribuição geográfica



Antonio Usera

Analista de Dados

"Com este programa, tive uma inédita imersão em Business Intelligence e aprendi a desenvolver estratégias por meio da análise de dados de uma forma que eu não havia considerado antes, o que me ajudou a aprimorar o departamento comercial da empresa"

09

Direção do curso

Este programa da TECH constitui uma oportunidade única para empresários, executivos e empreendedores que buscam ampliar suas habilidades de liderança com base nos critérios do *Business Intelligence*. Por isso, esta capacitação oferece um corpo docente de excelência composto por verdadeiros especialistas no contexto executivo. Cada membro dessa equipe de professores possui experiências de elite na implementação de estratégias de negócios e análise empresarial. Além disso, com seu acompanhamento acadêmico, os graduados alcançarão competências rigorosas de maneira mais rápida e flexível.



“

Obtenha o máximo de especialização em Gestão de Business Intelligence com um corpo docente de excelência”

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 **NBC Universal** 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

“

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

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 em 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 Copenhagen
- ♦ Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhagen



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. Arturo Peralta Martín-Palomino

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

Professores

Sra. María Elena Pedrajas Perabá

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

Sra. Cristina Palomino Dávila

- ◆ Consultora de Proteção de Dados e Segurança da Informação no Grupo Oesía
- ◆ Subdiretora de Auditoria na Secretaria Geral da Companhia Logística de Hidrocarbonetos CLH
- ◆ Consultora na Área de Relações Jurídicas Corporativas no Canal de Isabel II
- ◆ Consultora e Auditora na Helas Consultores SL
- ◆ Consultora e Auditora na Alaro Avant
- ◆ Advogada na Área de Novas Tecnologias na Lorenzo Advogados
- ◆ Formada em Direito pela Universidade de Castilla-La Mancha.
- ◆ Mestrado em Consultoria Jurídica para Empresas pelo Instituto de Empresa
- ◆ Curso Avançado em Segurança Digital e Gerenciamento de Crises pela Universidade de Alcalá e a de Alcalá e a Aliança Espanhola de Segurança e Crise (AESYC)
- ◆ Membro: Associação Profissional Espanhola de Privacidade (APEP) E ISMS Fórum

Sr. Rubén Fondón Alcalde

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

Sra. Yésica Martínez Cerrato

- ◆ Especialista em Análise de Negócios e Gestão de Sistemas de Informação
- ◆ *Gerente de Produto* em Segurança Eletrônica na Securitas Direct
- ◆ Gerente de Projetos na Área de Integração de Grandes Contas nos Correios
- ◆ Analista de Inteligência Empresarial na Ricopia Technologies
- ◆ Docente em cursos universitários e de pós-graduação
- ◆ Graduada em Engenharia de Telecomunicações pela Universidade de Alcalá

Sra. Marta García La O

- ◆ Especialista em Marketing Digital e Redes Sociais
- ◆ Gestão, administração e *Account Management* na Think Planejamento e Desenvolvimento SI
- ◆ Instrutora de formação para diretores na Think Planning and Development SI
- ◆ Especialista em Marketing na Versas Consultores
- ◆ Formada em Ciências Empresariais pela Universidade de Murcia
- ◆ Mestrado em Gestão de Vendas e Marketing pela Fundesem Business School

Sr. Pedro García Niño

- ◆ Especialista em posicionamento Web e SEO
- ◆ Diretor de vendas de serviços de informática na Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Técnico especializado em hardware/software em Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Especialista em Google Ads (PPC e SEM)
- ◆ Especialista em SEO OnPage/OffPage
- ◆ Especialista em análise de marketing digital e medição de resultados

Sr. Raúl Luis Catalán Ramírez

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



Sra. Galina Fernández Meléndez

- ◆ Especialista e Big Data
- ◆ Analista de Dados na Aresi Gestão de Fazendas
- ◆ Analista de Dados na ADN Mobile Solution
- ◆ Formado em Administração de Empresas pela Universidade Bicentenária de Aragua. Caracas, Venezuela
- ◆ Curso de Planejamento e Finanças Públicas pela Escola Venezuelana de Planejamento
- ◆ Mestrado em Análise de Dados e Inteligência de Negócios pela Universidade de Oviedo
- ◆ MBA em Administração e Direção de Empresas pela Escola de Negócios Europeia de Barcelona
- ◆ Mestrado em Big Data e Business Intelligence (Escola de Negócios Europeia de Barcelona)

Sr. Alfonso Nafría Sanz

- ◆ Consultor de Marketing e Desenvolvimento de Negócios especializado em PMEs
- ◆ Consultor de Business Intelligence na Korporate Technologies Group SL
- ◆ Formado em Marketing e Pesquisa Técnica de Mercado pela Universidade San Pablo CEU
- ◆ Mestrado em Business Intelligence e Big Data pela Universidade Oberta da Catalunha (UOC)

10

Impacto para a sua carreira

A TECH é consciente de que cursar um programa com essas características representa um grande investimento econômico, profissional e, claro, pessoal. O objetivo final desse grande esforço deve ser o crescimento profissional, de forma que a inserção no mercado de trabalho ou o avanço na carreira do profissional esteja alinhado com suas expectativas. Um objetivo no qual a TECH se empenha e alcança através do desenvolvimento de programas competitivos e com a colaboração dos melhores especialistas do setor.



“

A TECH quer vê-lo crescer e participar do seu sucesso profissional. É por isso que nos empenhamos ao máximo em apresentar os melhores programas educacionais do mercado atual"

Você está pronto para dar um salto? Um excelente crescimento profissional espera por você.

O MBA em Gestão de Business Intelligence da TECH é um programa intensivo que prepara os estudantes para enfrentar desafios e tomar importantes decisões criativas e estratégicas a fim de alcançar seus objetivos. O objetivo da TECH não é apenas auxiliar na obtenção de sucesso, mas também a meta da TECH é a educação de elite para todos.

Se você quiser se aperfeiçoar, fazer uma mudança positiva a nível profissional e trabalhar em rede com o melhor, este é o programa para você.

Aproveite a oportunidade da TECH e invista em seu futuro.

Se você deseja promover uma mudança positiva em sua profissão, o MBA em Gestão de Business Intelligence irá ajudá-lo a alcançar seus objetivos.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento salarial anual de mais de 25% para nossos alunos



11

Benefícios para a sua empresa

O MBA em Gestão de Business Intelligence contribui para elevar o talento da organização a seu potencial máximo, através da capacitação de líderes de alto nível.

Participar deste MBA é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos onde o graduado encontrará futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

*Conheça o novo conceito de negócios,
especialize-se em Business Intelligence
com a TECH!"*

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 Gestão de Business Intelligence 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 Gestão de Business Intelligence** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

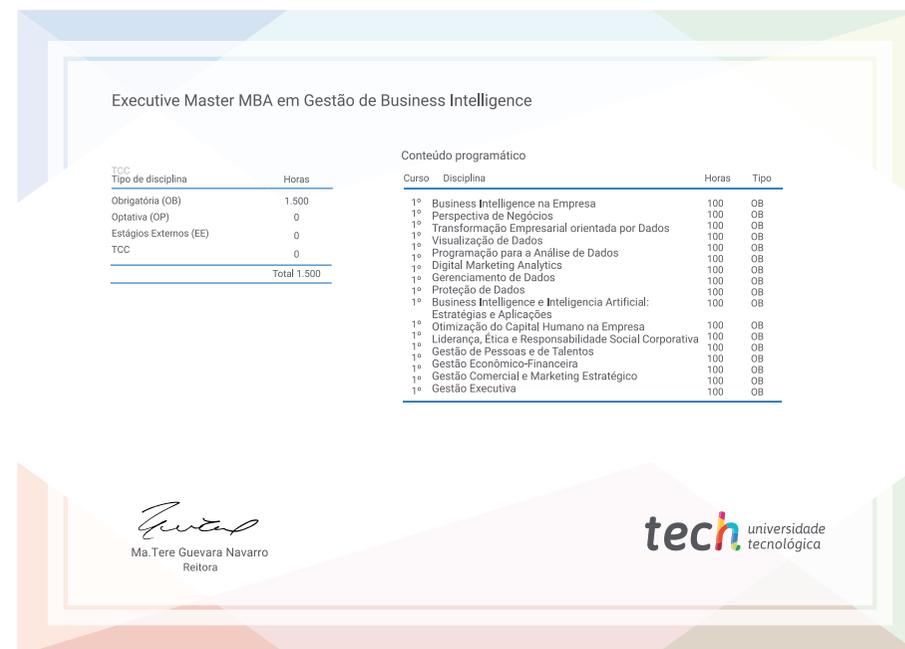
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 Gestão de Business Intelligence**

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 Gestão de Business Intelligence

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

Executive Master

MBA em Gestão de Business Intelligence

M B A G B I