

Executive Master

MBA em Gestão de Compras

M B A D C



Executive Master

MBA em Gestão de Compras

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: Graduados e profissionais com experiência comprovada

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

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. 18

06

Estrutura e conteúdo

pág. 22

07

Metodologia

pág. 34

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 42

09

Direção do curso

pág. 46

10

Impacto para a sua carreira

pág. 64

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 68

12

Certificado

pág. 72

01

Boas-vindas

A importante transformação do conceito tradicional de compras no mundo empresarial de hoje exige que as empresas se adaptem às demandas e necessidades atuais do setor, aprofundando e melhorando seus serviços nas diferentes áreas cobertas por esta disciplina, como logística, produção, finanças, marketing, projetos, compras e suprimentos. Com o MBA em Gestão de Compras o graduado ampliará seus conhecimentos de gestão empresarial e irá adquirir as habilidades necessárias para desenvolver estratégias positivas de negociação com fornecedores e definir as implicações financeiras da gestão de compras sobre a rentabilidade da empresa. Os graduados também terão acesso a 10 *Masterclasses* ministradas por uma referência internacional neste campo.



MBA em Gestão de Compras.
TECH Universidade Tecnológica



“

Aproveite a oportunidade de ampliar suas habilidades com as Masterclasses que o Diretor Internacional, convidado pela TECH para este curso, coloca à sua disposição"

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 para fortalecer as habilidades de gerenciamento e liderança na gestão de compras e suprimentos e também para desenvolver novas habilidades que serão fundamentais para seu desenvolvimento profissional. Ao concluir o programa, o aluno será capaz de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e uma perspectiva internacional.



“

O principal objetivo da TECH é ajudá-lo a desenvolver as habilidades fundamentais para gerenciar estrategicamente as compras da sua empresa"

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

O MBA em Gestão de Compras capacitará o aluno para:

01

Definir políticas de compras e suprimentos dentro da estrutura da logística integrada

02

Definir as políticas, práticas e mecanismos que moldam a gestão de compras, assim como as relações cliente-fornecedor

03

Utilizar as ferramentas de compra mais apropriadas para a seleção e avaliação dos melhores fornecedores

04

Requisitos estruturais na área de compras

05

Implementar um plano para melhorar a produtividade e redução de custos



06

Avaliar e medir os resultados através da identificação de indicadores-chave

08

Elaborar um plano estratégico para o departamento de compras

09

Definir as implicações financeiras da gestão de compras sobre a rentabilidade da empresa

07

Desenvolver estratégias de negociação que gerem relações estáveis e positivas com os fornecedores

10

Adquirir habilidades de liderança que permita desenvolver seu trabalho profissional com maior fluência



05

Competências

Ao aprovar as avaliações do MBA em Gestão de Compras, o profissional terá adquirido as habilidades necessárias para uma prática atualizada e de qualidade, baseada na metodologia de ensino mais inovadora.



“

As competências desenvolvidas ao concluir este programa permitirão que você alcance o sucesso profissional desejado”

01

Realizar um diagnóstico financeiro da empresa

02

Realizar uma análise de mercado para conhecer a situação da empresa e de seus concorrentes

03

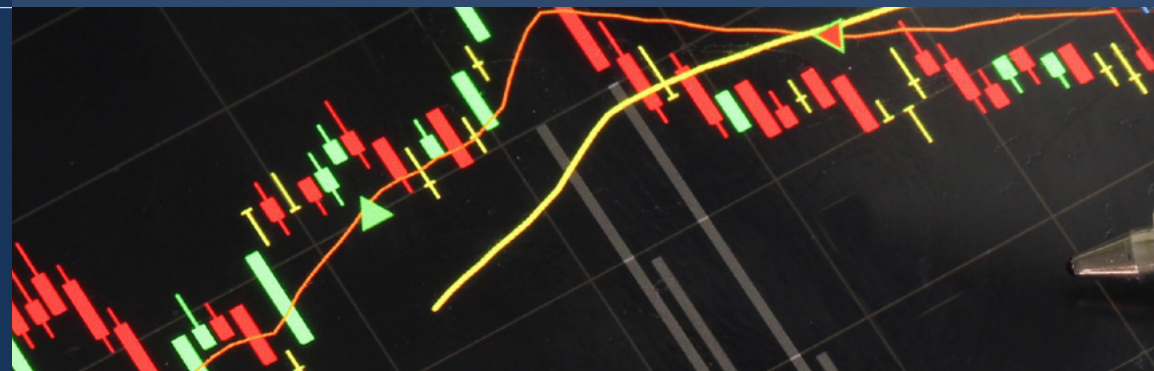
Melhora os processos de compras e aprovisionamento

04

Compreender a importância das auditorias no processo de compras e aprovisionamento da empresa

05

Entender a empresa e o processo logístico a partir de uma visão estratégica internacional



06

Obter conhecimentos sobre o direito empresarial, trabalhista e fiscal relacionado à empresa

08

Buscar e selecionar os fornecedores mais adequados para a empresa

09

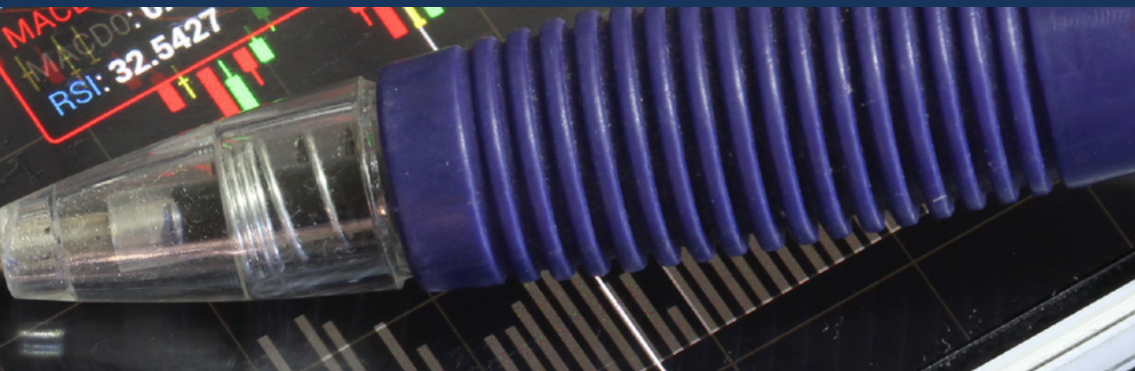
Ter um planejamento logístico internacional que melhore os benefícios da empresa

07

Realizar e gestionar a performance e a auditoria de compras

10

Aplicar os mais altos padrões de qualidade em todos os processos e projetos



06

Estrutura e conteúdo

O MBA em Gestão de Compras é um programa de estudos feito sob medida que é ensinado em um formato 100% online para que o graduado possa escolher a hora e o lugar que melhor se adapte à sua disponibilidade, horário e interesses.

Um programa com duração de 12 meses que visa ser uma experiência única e estimulante, que estabelece as bases para seu sucesso profissional, buscando sempre a melhoria contínua da sua capacitação.



“

Os esforços em termos educacionais serão recompensados em âmbito profissional. É por isso que você deve manter-se atualizado em seus conhecimentos”

Plano de estudos

O MBA em Gestão de Compras da TECH Global University é um programa intensivo que prepara o profissional para enfrentar os desafios na comunicação empresarial. Seu conteúdo foi elaborado para incentivar o desenvolvimento de competências gerenciais, permitindo a tomada de decisões com maior precisão em ambientes de incerteza.

Ao longo de 2.700 horas de estudo, o aluno analisará uma série de casos práticos por meio de um trabalho individual, obtendo um conhecimento superior do assunto que poderá ser aplicado posteriormente em seu trabalho diário. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa aborda a fundo as diferentes áreas da empresa e foi desenvolvido para especializar gerentes que entendam da gestão de compras a partir de uma perspectiva estratégica e inovadora.

Um plano elaborado para o aluno, dedicado ao seu aprimoramento profissional, preparando-o para alcançar a excelência no campo da gestão empresarial.

Um programa que compreende as necessidades do profissional e de sua empresa por meio de um conteúdo inovador baseado nas últimas tendências e apoiado pela melhor metodologia educacional e por um corpo docente excepcional, proporcionando as habilidades necessárias para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Este programa se desenvolve em 12 meses e é dividido em 14 módulos:

Módulo 1	Gestão e Liderança
Módulo 2	Logística e Gestão Econômica
Módulo 3	Pesquisa de mercado
Módulo 4	Função de compras e aquisição
Módulo 5	Gestão estratégica de compras
Módulo 6	Supplier relationship management
Módulo 7	Gestão de projetos e qualidade para compradores
Módulo 8	Impacto Socioambiental
Módulo 9	Global Sourcing
Módulo 10	Performance e Auditoria
Módulo 11	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
Módulo 12	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
Módulo 13	Gestão Comercial e Marketing Estratégico
Módulo 14	Gestão Executiva

Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este MBA em Gestão de Compras totalmente 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. Gestão e Liderança

1.1. Management

- 1.1.1. Integração de estratégias funcionais em estratégias gerais de negócios
- 1.1.2. Política de Gestão e Processos
- 1.1.3. Sociedade e Empresa

1.2. Gestão estratégica

- 1.2.1. Estabelecer a posição estratégica: Missão, visão e valores
- 1.2.2. Desenvolvimento de novos negócios
- 1.2.3. Crescimento e consolidação da estratégia corporativa

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. Conduzindo a Estratégia Corporativa
- 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
- 1.4.3. Conduzindo a Estratégia Corporativa

1.5. Planejamento e Estratégia

- 1.5.1. Relevância da Gestão Estratégica no processo de controle de gestão
- 1.5.2. Análise do Entorno e da Organização
- 1.5.3. Lean Management

1.6. Gestão do talento

- 1.6.1. Gestão do capital humano
- 1.6.2. Ambiente, estratégia e métricas
- 1.6.3. Inovação na gestão de pessoas

1.7. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 1.7.1. Liderança e estilos de liderança
- 1.7.2. Motivação
- 1.7.3. Inteligência emocional
- 1.7.4. Reuniões eficazes

1.8. Gestão de mudanças

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

1.9. Negociação

- 1.9.1. Negociação intercultural
- 1.9.2. Abordagens para a negociação
- 1.9.3. Técnicas efetivas de negociação
- 1.9.4. Reestruturação

Módulo 2. Logística e Gestão Econômica

2.1. Diagnóstico financeiro

- 2.1.1. Indicadores para a análise das declarações financeiras
- 2.1.2. Análise da rentabilidade
- 2.1.3. Rentabilidade econômica e financeira de uma empresa

2.2. Análise econômica das decisões

- 2.2.1. Controle Orçamentário
- 2.2.2. Análise da concorrência. Análise comparativo
- 2.2.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento comercial

2.3. Avaliação de investimentos e portfolio management

- 2.3.1. Rentabilidade de Projetos de Investimento e Criação de Valor
- 2.3.2. Modelos para a Avaliação de Projetos de Investimento
- 2.3.3. Análise de Sensibilidade, Construção de Cenários e Árvores de Decisão

2.4. Gestão financeira na direção de compras

- 2.4.1. Efeito multiplicador das compras sobre os lucros
- 2.4.2. Rentabilidade e redução de custos
- 2.4.3. Custos de oportunidades dos ativos

2.5. Controle econômico das compras

- 2.5.1. KPIs, indicadores-chave da gestão de compras
- 2.5.2. Impacto do custo total da gestão adequada dos KPI
- 2.5.3. Quadro de pontuação econômica e de controle de gastos

2.6. Gestão de armazéns, estoques e logística

- 2.6.1. Direção de Logística de Compras
- 2.6.2. Gestão de Estoque
- 2.6.3. Gestão de Armazém

2.7. Supply chain management

- 2.7.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
- 2.7.2. Mudança nos padrões da demanda
- 2.7.3. Mudança na estratégia das operações

2.8. Processos logísticos

- 2.8.1. Organização e gestão por processos.
- 2.8.2. Suprimentos, produção, distribuição
- 2.8.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
- 2.8.4. Serviço de pós-venda

2.9. Logística e clientes

- 2.9.1. Análise e previsão de demanda
- 2.9.2. Previsão e planejamento de vendas
- 2.9.3. Collaborative planning forecasting and replacement

2.10. Logística internacional

- 2.10.1. Alfândega, processos de exportação e importação
- 2.10.2. Formas e meios de pagamento internacional
- 2.10.3. Plataformas logísticas internacionais

Módulo 3. Pesquisa de mercado**3.1. Novo Entorno Competitivo**

- 3.1.1. Inovação tecnológica e impacto econômico
- 3.1.2. Sociedade do Conhecimento
- 3.1.3. O novo perfil do consumidor

3.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa

- 3.2.1. Variáveis e Escalas de Medição
- 3.2.2. Fontes de informação
- 3.2.3. Técnicas de amostragem
- 3.2.4. Processamento e Análise de Dados

3.3. Métodos e Técnicas de Pesquisa qualitativas

- 3.3.1. Técnicas diretas: focus Group
- 3.3.2. Técnicas Antropológicas
- 3.3.3. Técnicas Indiretas
- 3.3.4. Two Face Mirror e Método Delphi

3.4. Segmentação de Mercado

- 3.4.1. Tipologias de Mercado
- 3.4.2. Conceito e Análise da Demanda
- 3.4.3. Segmentação e Critérios
- 3.4.4. Definição Público-Alvo

3.5. Tipos de Comportamento de Compra

- 3.5.1. Comportamento Complexo
- 3.5.2. Comportamento de Redução de Dissonâncias
- 3.5.3. Comportamento de Busca Variada
- 3.5.4. Comportamento Habitual de Compra

3.6. Sistemas de informação de Marketing

- 3.6.1. Abordagens conceituais dos sistemas de informação em Marketing
- 3.6.2. Data Warehouse and Datamining
- 3.6.3. Sistemas de Informação Geográfica

3.7. Gestão de Projetos de Pesquisa

- 3.7.1. Ferramentas de Análise da Informação
- 3.7.2. Desenvolvimento do Plano de Gestão de Expectativas
- 3.7.3. Avaliação de Viabilidade do Projeto

3.8. Marketing intelligence

- 3.8.1. Big Data
- 3.8.2. Experiência do usuário
- 3.8.3. Aplicação de técnicas

Módulo 4. Função de compras e aquisição**4.1. Compras e cadeia de valor**

- 4.1.1. Missão, objetivo e estrutura do departamento de compras e aquisições
- 4.1.2. Principais componentes do departamento de compras
- 4.1.3. Compras e fluxo logístico da empresa
- 4.1.4. Gestão de indicadores, quadro de resultados

4.2. Desenvolvimento da estratégia de Compras

- 4.2.1. Especificações de compra
- 4.2.2. Gerenciamento de recibos, pedidos e notas de entrega
- 4.2.3. Gerenciamento de incidentes e inventários

4.3. Análise de preço, custo e valor de compra

- 4.3.1. *Category Management*
- 4.3.2. Sistemas RFP e RFQ
- 4.3.3. Índices internacionais para fixação de preços
- 4.3.4. Preços dinâmicos

4.4. Gerenciamento de risco em Compras

- 4.4.1. Natureza do risco
- 4.4.2. Riscos no mercado de fornecimento
- 4.4.3. Seguros
- 4.4.4. Riscos de preços, volatilidade

4.5. E-procurement

- 4.5.1. *E-business e E-sourcing*
- 4.5.2. Leilões e leilões reversíveis
- 4.5.3. Custos de aplicação e sistemas mais usados
- 4.5.4. *E-purchasing*

4.6. Compras em diferentes indústrias e setores

- 4.6.1. Compra de serviços
- 4.6.2. Compra de bens de equipamento
- 4.6.3. Compra de *merchandising*, marketing, publicidade
- 4.6.4. TI, transporte e outros setores
- 4.6.5. Comunicação no setor público

Módulo 5. Gestão estratégica de compras

5.1. Gestão estratégica de compras

- 5.1.1. Novos desafios na gestão de compras, sourcing e aprovisionamento
- 5.1.2. O papel de compras na empresa e na cadeia de suprimentos
- 5.1.3. O papel de compras como fornecedor de recursos
- 5.1.4. Aspectos legais da função de compras

5.2. Lean management nos processos de compras

- 5.2.1. Lean Buying
- 5.2.2. Outsourcing na SCA
- 5.2.3. Lean Supplying

5.3. Desenho da Estratégias de Compras

- 5.3.1. Terceirização
- 5.3.2. Subcontratação de processos
- 5.3.3. Globalização
- 5.3.4. Deslocalização

5.4. Outsourcing-insourcing

- 5.4.1. Modelos e processos de aquisição
- 5.4.2. Modelos de segmentação
- 5.4.3. Papel do e-Procurement

5.5. Aquisição estratégica

- 5.5.1. Seleção e estratégia de fornecedores
- 5.5.2. Geração de valor a partir de aquisição estratégica
- 5.5.3. Operadores logísticos em compras

5.6. Projeto e gestão de armazém

- 5.6.1. Projeto avançado de armazém
- 5.6.2. Picking e Sorting
- 5.6.3. Controle do fluxo de materiais

5.7. Lean Warehouse

- 5.7.1. Fundamentos de Lean Warehousing
- 5.7.2. Sistemas de administração de inventário
- 5.7.3. Radiofrequência no projeto de armazéns

5.8. Gestão de transporte e distribuição

- 5.8.1. Coordenação entre transporte e armazenamento
- 5.8.2. Zonas de atividades logísticas, ZAL
- 5.8.3. Normativas y convenios del transporte aéreo y terrestre de mercancías

5.9. Logística interna

- 5.9.1. Cálculo de necessidades
- 5.9.2. Tipologia de armazéns em um sistema JIT
- 5.9.3. Suprimentos DOUKI SEISAN
- 5.9.4. Lean materials handling

Módulo 6. Supplier relationship management

6.1. Planejamento da busca de fornecedores

- 6.1.1. Desenvolvimento de processos e critérios de oferta
- 6.1.2. Identificação de potenciais fornecedores
- 6.1.3. Seleção de fornecedores

6.2. Critérios de seleção dos fornecedores

- 6.2.1. Critérios econômicos
- 6.2.2. Critérios de qualidade
- 6.2.3. Outros critérios

6.3. Gestão da relação com os fornecedores

- 6.3.1. Ética nas relações
- 6.3.2. Planejamento de recrutamento
- 6.3.3. Aquisição de serviços

6.4. Integração de fornecedores na cadeia de valor

- 6.4.1. Fases do processo de Integração
- 6.4.2. Riscos e parâmetros de controle
- 6.4.3. Acompanhamento
- 6.4.4. Ruptura de Integração

6.5. Direito comercial

- 6.5.1. Contrato de venda
- 6.5.2. Pagamentos e atrasos
- 6.5.3. Garantias de desempenho
- 6.5.4. Responsabilidade por danos causados por produtos defeituosos
- 6.5.5. Contratos de aluguel

6.6. Direito do trabalho

- 6.6.1. Contratação de obras e serviços
- 6.6.2. Responsabilidade solidária trabalhista
- 6.6.3. Responsabilidade subsidiária de segurança social
- 6.6.4. Prevenção de riscos ocupacionais

6.7. Direito tributário

- 6.7.1. Responsabilidades fiscais na subcontratação
- 6.7.2. Implicações tributárias de compras

6.8. Gestão e administração de contratos

- 6.8.1. Negociação e implementação
- 6.8.2. Monitoramento e Controles de resultados
- 6.8.3. Fechamento do contrato

Módulo 7. Gestão de projetos e qualidade para compradores**7.1. Lean management**

- 7.1.1. Princípios básicos de Lean Management
- 7.1.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas
- 7.1.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade

7.2. Ferramentas Lean para o gerenciamento de projetos

- 7.2.1. Ferramentas de melhoria da qualidade
- 7.2.2. Ferramentas de melhoria de custos
- 7.2.3. Ferramentas de melhoria de prazos
- 7.2.4. Ferramentas de melhoria do engajamento de pessoal

7.3. Aplicação prática da gestão Lean: princípios e regras básicas

- 7.3.1. Identificação do perdulário em Compras e Procurement
- 7.3.2. Aplicação prática das 4 regras Lean
- 7.3.3. Definição única de subprocessos pelo SIPOC

7.4. Lean six sigma nos processos de compra

- 7.4.1. Maximizar o valor através da abordagem de melhoria do DMAIC
- 7.4.2. Diagnosticar a capacidade do processo e do potencial de melhoria
- 7.4.3. Utilização de métricas de processo e de resultado em Procurement

7.5. Gestão de qualidade em projetos

- 7.5.1. Planejamento de projeto em base a requisitos e especificações
- 7.5.2. Requisitos do cliente e avaliação competitiva
- 7.5.3. Objetivos, relações e correlações
- 7.5.4. Análise de modo de falhas e efeitos

7.6. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos

- 7.6.1. Total Quality Management
- 7.6.2. Six Sigma como sistema global de gestão empresarial
- 7.6.3. Modelo EFQM

7.7. Mapa da cadeia de valor nos processos de aquisição

- 7.7.1. Identificação de metas concretas de melhoria
- 7.7.2. Ajuste e equilíbrio dos processos para reduzir o tempo ocioso e otimizar os recursos

Módulo 8. Impacto Socioambiental**8.1. Responsabilidade social corporativa**

- 8.1.1. Visão estratégica da Responsabilidade Social Empresarial
- 8.1.2. Sistemas e modelos para a implementação da RSC
- 8.1.3. Organização da RSC
- 8.1.4. Funções e responsabilidades

8.2. SCM e corporate responsibility

- 8.2.1. A criação de valor em uma economia de intangíveis
- 8.2.2. RSC: Compromisso empresarial
- 8.2.3. Impacto social, ambiental e econômico

8.3. Finanças e investimentos responsáveis

- 8.3.1. Transparência da informação
- 8.3.2. Financiamento e investimentos responsáveis
- 8.3.3. Economia social, cooperativismo e responsabilidade social corporativa

8.4. Negócios e meio ambiente

- 8.4.1. Desenvolvimento sustentável
- 8.4.2. Desenvolvimentos legislativos em matéria de responsabilidade ambiental
- 8.4.3. Resposta empresarial às questões ambientais
- 8.4.4. Resíduos e emissões

8.5. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 8.5.1. Sistemas de gestão de responsabilidade social
- 8.5.2. Sistemas de gestão de qualidade, meio ambiente, saúde e segurança no trabalho
- 8.5.3. Auditorias

8.6. Ética empresarial

- 8.6.1. Conduta ética na empresa
- 8.6.2. Ética e códigos éticos
- 8.6.3. Fraudes e conflitos de interesse

Módulo 9. Global Sourcing

9.1. Entorno econômico global

- 9.1.1. Bases da economia global
- 9.1.2. A globalização dos mercados comerciais e financeiros
- 9.1.3. Growth and development in emerging markets
- 9.1.4. Sistema monetário internacional

9.2. Adaptação de compras ao sourcing global

- 9.2.1. Estrutura de compras
- 9.2.2. Necessidade de novas habilidades
- 9.2.3. Intermediários

9.3. Gestão das importações

- 9.3.1. Alfândega, processos de exportação e importação
- 9.3.2. Instituições e acordos de comércio internacional
- 9.3.3. Legislación aduanera
- 9.3.4. Administração da fábrica e compras internacionais

9.4. Distribuição logística internacional

- 9.4.1. Plataformas logísticas internacionais
- 9.4.2. Operador de transporte internacional
- 9.4.3. Hubs e distribuição

9.5. Incoterms e gestão de documentos internacionais

- 9.5.1. Exportação ou implantação
- 9.5.2. A agência, distribuição e contrato de venda e distribuição internacional
- 9.5.3. Propriedade industrial e intelectual
- 9.5.4. Classificação tarifária

9.6. Formas e meios de pagamento internacional

- 9.6.1. A escolha dos meios de pagamento
- 9.6.2. Crédito documentário
- 9.6.3. Garantia bancária e crédito documentário

9.7. Internacional Lean Logistics

- 9.7.1. Fundamentos Lean com aplicação em logística internacional
- 9.7.2. Principais implicações e requerimentos
- 9.7.3. Outras metodologias de melhoria de processos

Módulo 10. Performance e Auditoria

10.1. Aspectos gerais dos indicadores de gestão empresarial

- 10.1.1. Funções dos indicadores de gestão
- 10.1.2. Painel de indicadores e Balance Score Card
- 10.1.3. Indicadores logísticos

10.2. Indicadores de compras de materiais de partida

- 10.2.1. Indicadores de eficiência
- 10.2.2. Indicadores econômicos
- 10.2.3. Indicadores de relacionamento com o clientes internos
- 10.2.4. Indicadores de efetividade no aprovisionamento
- 10.2.5. Indicadores de eficiência no aprovisionamento
- 10.2.6. Objetivos de compras

10.3. Indicadores de compras de serviços

- 10.3.1. Indicadores econômicos
- 10.3.2. Indicadores de efetividade no aprovisionamento
- 10.3.3. Indicadores de eficiência
- 10.3.4. Indicadores de relação
- 10.3.5. Indicadores de relação com o clientes internos

10.4. Outros indicadores

- 10.4.1. Indicadores de rendimento
- 10.4.2. Indicadores de produtividade da equipe de compras

10.5. Auditoria de compras

- 10.5.1. Política geral de auditoria
- 10.5.2. Objetivos da auditoria
- 10.5.3. Escopo da auditoria sobre os controles de compras
- 10.5.4. Auditorias internas, capacitação, políticas e procedimentos do contratante

10.6. Benchmarking na gestão de compras

- 10.6.1. Tipos de benchmarking
- 10.6.2. Realizar um benchmark no mercado
- 10.6.3. Conquistas e vantagens da aplicação do benchmarking em um departamento de compras
- 10.6.4. A medição da avaliação comparativa

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

12.4. Ética empresarial

- 12.4.1. Ética e moral
- 12.4.2. Ética empresarial
- 12.4.3. Liderança e ética nas empresas

11.5. Sustentabilidade

- 11.5.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.5.2. Agenda 2030
- 11.5.3. Empresas Sustentáveis

11.6. Responsabilidade Social da Empresa

- 11.6.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 11.6.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.6.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

11.7. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 11.7.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 11.7.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 11.7.3. Etapas para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa, Feiras internacionais
- 11.7.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

11.8. Multinacionais e direitos humanos

- 11.8.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.8.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 11.8.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

11.9. Entorno legal e Corporate Governance

- 11.9.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 11.9.2. Propriedade intelectual e industrial
- 11.9.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e 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. Equipes de alto desempenho: Equipes autogerenciáveis
- 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 Comercial, Marketing Estratégico e Comunicação Corporativa

13.1. Gestão Comercial

- 13.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
- 13.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
- 13.1.3. O papel dos gerentes comerciais

13.2. Marketing

- 13.2.1. Conceito de Marketing
- 13.2.2. Noções básicas de marketing
- 13.2.3. Atividades de marketing da empresa

13.3. Gestão estratégica de Marketing

- 13.3.1. Conceito de marketing estratégico
- 13.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
- 13.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing

13.4. Marketing digital e e-commerce

- 13.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
- 13.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
- 13.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
- 13.4.4. Categorias do comércio eletrônico
- 13.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional

13.5. Marketing digital para fortalecer a marca

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

13.6. Marketing Digital para atrair e fidelizar clientes

- 13.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 13.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 13.6.3. Hipersegmentação

13.7. Gerenciamento de campanhas digitais

- 13.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 13.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
- 13.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital

13.8. Estratégia de Vendas

- 13.8.1. Estratégia de Vendas
- 13.8.2. Métodos de Vendas

13.9. Comunicação Corporativa

- 13.9.1. Conceito
- 13.9.2. Importância da comunicação na organização
- 13.9.3. Tipo de comunicação na organização
- 13.9.4. Função da comunicação na organização
- 13.9.5. Elementos da Comunicação
- 13.9.6. Problemas de comunicação
- 13.9.7. Cenários da comunicação

13.10. Comunicação e reputação digital

- 13.10.1. Reputação online
- 13.10.2. Como medir a reputação digital?
- 13.10.3. Ferramentas de reputação online
- 13.10.4. Relatório de reputação online
- 13.10.5. *Branding* online

Módulo 14. Gestão Executiva**14.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens**

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

14.2. Gestão operacional

14.2.1. Importância da gestão
14.2.2. A cadeia de valor
14.2.3. Gestão de Qualidade

14.3. Oratória e capacitação do porta-voz

14.3.1. Comunicação interpessoal
14.3.2. Habilidades de comunicação e influência
14.3.3. Obstáculos à comunicação

14.4. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais

14.4.1. A comunicação interpessoal
14.4.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
14.4.3. A comunicação na organização
14.4.4. Ferramentas na organização

14.5. Comunicação em situações de crise

14.5.1. Crise
14.5.2. Fases da crise
14.5.3. Mensagens: conteúdo e momentos

14.6. Preparando um plano de crise

14.6.1. Análise de problemas potenciais
14.6.2. Planejamento
14.6.3. Adequação de pessoal

14.7. Inteligência emocional

14.7.1. Inteligência emocional e comunicação
14.7.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
14.7.3. Autoestima e Comunicação Emocional

14.8. Branding Personal

14.8.1. Estratégias para o branding pessoal
14.8.2. Leis de branding pessoal
14.8.3. Ferramentas pessoais de construção de marcas

14.9. Liderança e gestão de equipes

14.9.1. Liderança e estilos de liderança
14.9.2. Competências e desafios do líder
14.9.3. Gestão de processos de Mudança
14.9.4. Gestão de Equipes Multiculturais

0?

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



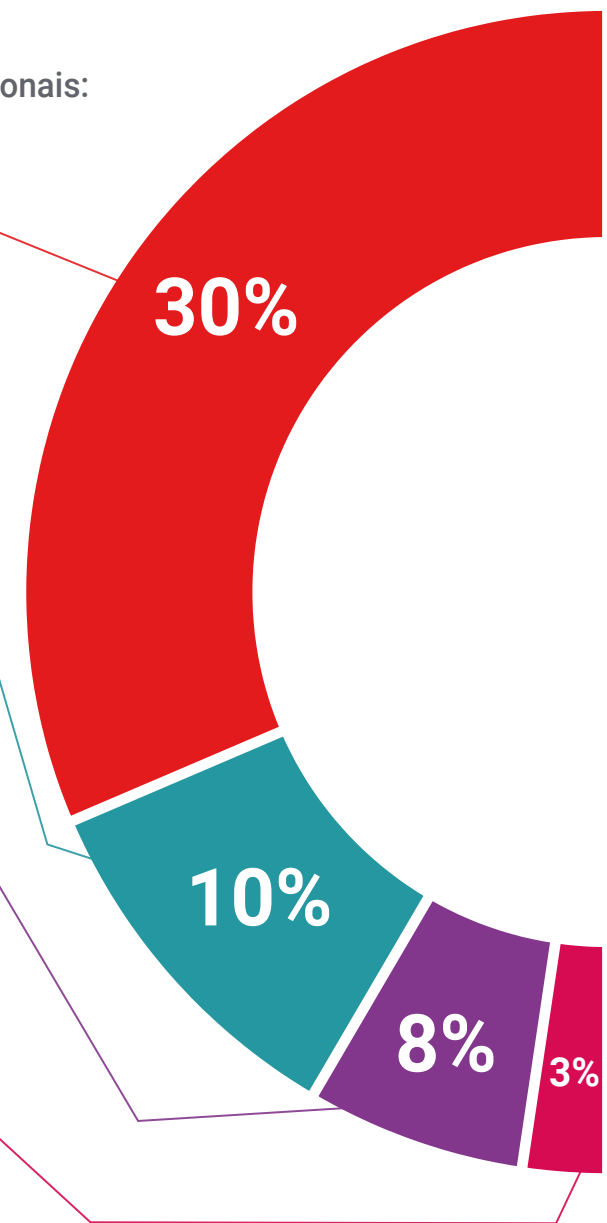
Práticas de habilidades gerenciais

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 Compras é um programa destinado a profissionais especializados em gestão empresarial que desejam atualizar seus conhecimentos nesta área e progredir na carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



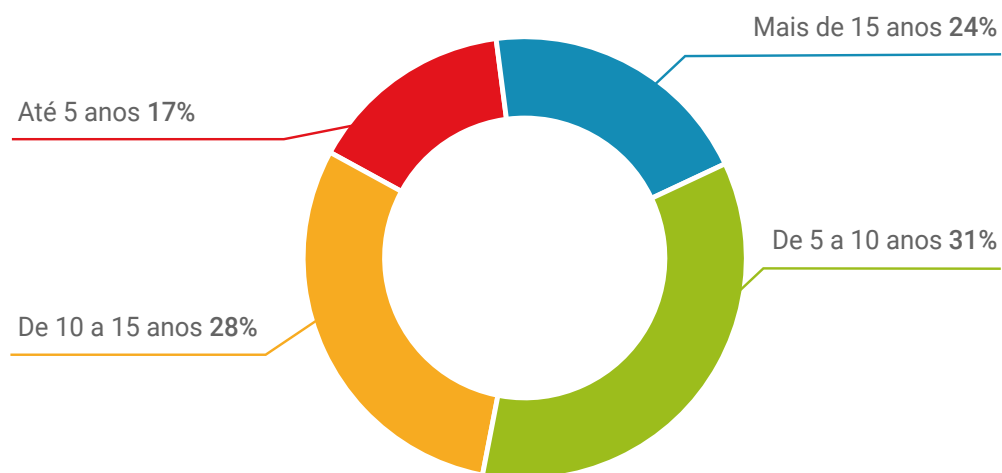
“

Se você procura se atualizar para alcançar uma evolução significativa em sua carreira enquanto continua trabalhando, este é o programa certo"

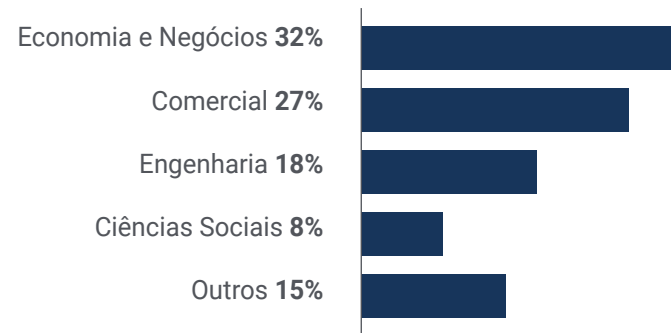
Média de idade

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

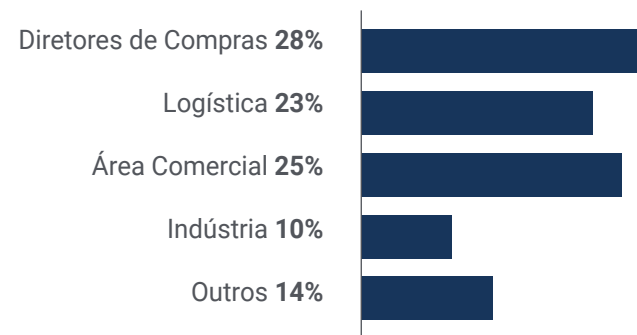
Anos de experiência



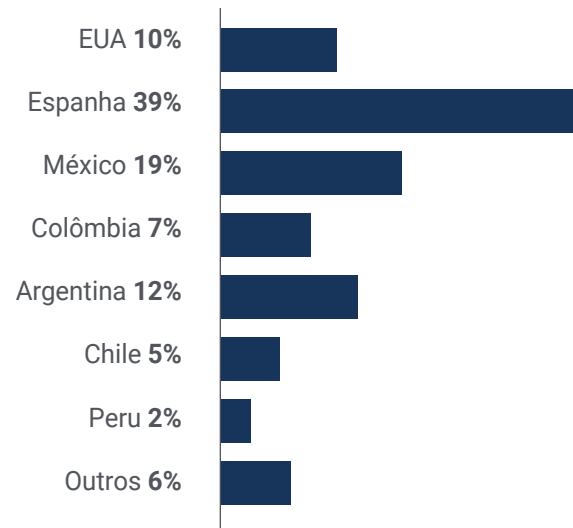
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Santos Rodríguez

Gerente de compras de uma empresa multinacional

"Ao realizar este programa da TECH aprendi novos conceitos e estratégias na área de MBA em Gestão de Compras que não estudei durante meus anos de graduação. Por isso é importante continuar realizando programas de aperfeiçoamento para se manter atualizado sobre os principais avanços no setor"

09

Direção do curso

A TECH aposta continuamente na excelência acadêmica. Por isso, cada um de seus programas conta com equipes de professores de elevado prestígio. Esses especialistas possuem ampla experiência em seus campos profissionais e, ao mesmo tempo, alcançaram resultados significativos com suas pesquisas empíricas e trabalhos de campo. Além disso, esses profissionais desempenham um papel protagonista neste programa universitário, assumindo a responsabilidade de selecionar os conteúdos mais atualizados e inovadores para inclusão nos planos de estudos. Ao mesmo tempo, participam da elaboração de inúmeros recursos multimídia de alto rigor pedagógico.



“

Os profissionais desta equipe de professores possuem ampla experiência e os melhores resultados na área da Gestão de Compras”

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 a 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 - Google, Califórnia, Estados Unidos
- Principal responsável pela análise e tecnologia B2B do Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior do Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gerente da cadeia de suprimentos da Airbus, Alemanha

“

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

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!"

10

Impacto para a sua carreira

A TECH é consciente de que realizar um programa com estas características representa um grande investimento financeiro, profissional e, é claro, pessoal. O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional. Por esse motivo, na TECH colocamos todos os recursos à disposição dos nossos alunos para que o graduado adquira a capacitação necessária para continuar o seu processo de aprendizado e, acima de tudo, para que consiga a melhoria laboral que deseja.



“

O principal desafio da TECH é ajudar você a conquistar uma melhor posição profissional”

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

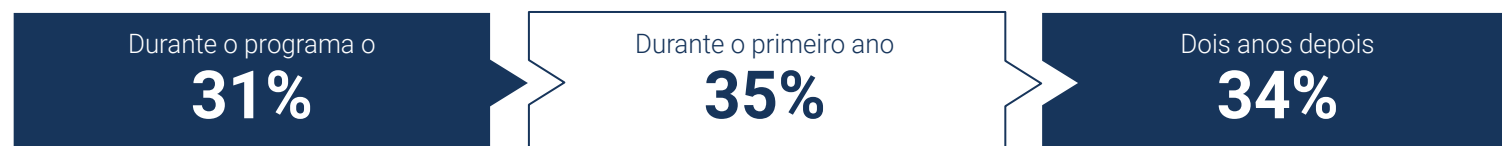
O MBA em Gestão de Compras da TECH Global University é um programa intensivo que prepara o profissional para enfrentar os desafios em âmbito empresarial. Seu principal objetivo é impulsionar o crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a ter sucesso

Se você deseja superar-se, realizar uma mudança profissional positiva e relacionar-se com os melhores, este é o lugar ideal para você.

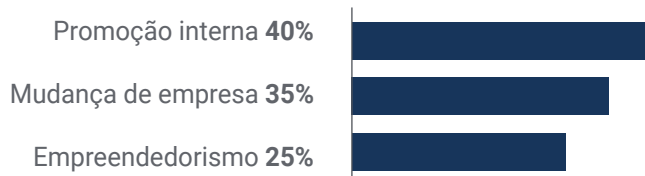
Ao concluir este curso, você alcançará um crescimento profissional em um curto espaço de tempo.

Alcance a melhoria profissional em pouco tempo graças a esta capacitação de qualidade oferecida pela TECH Global University.

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 Gestão de Compras contribui para elevar o talento da organização a seu máximo potencial através da capacitação 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. Além disso, entrar na comunidade da TECH é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos, onde encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Atualize-se sobre as estratégias mais eficazes em Gestão de Compras para implementá-las em seu trabalho diário”

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 MBA em Gestão de Compras garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Executive Master MBA em Gestão de Compras** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

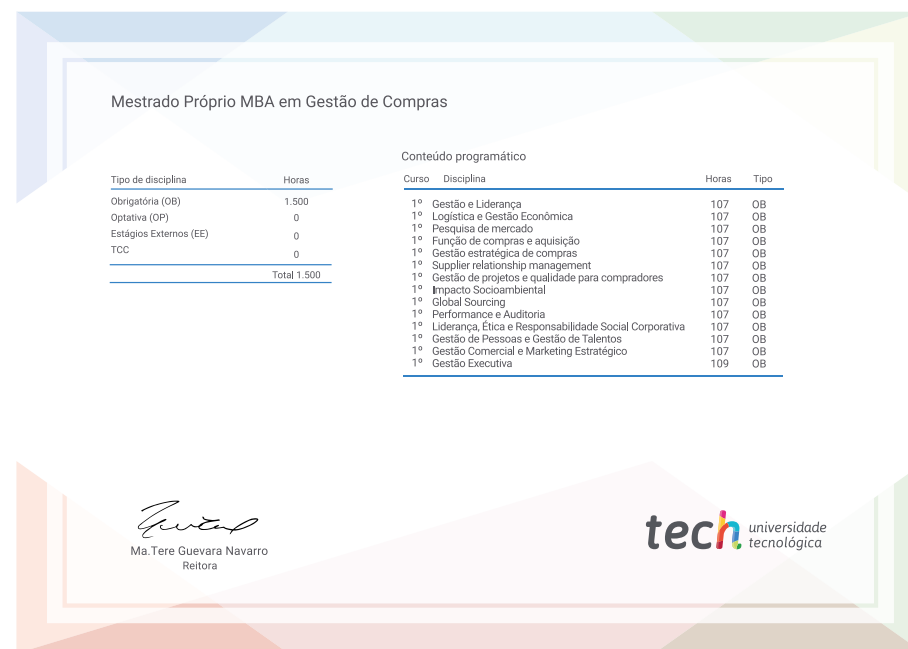
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 Compras**

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 Compras

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

Executive Master

MBA em Gestão de Compras