

Executive Master

MBA em Gestão Contábil
(CAO, Chief Accounting Officer)

M B A D C C A O





Executive Master MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer)

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Destinado a: graduados interessados em aprimorar e atualizar seus conhecimentos contábeis com as últimas normas aprovadas, considerando uma visão internacional e complexa dos demonstrativos contábeis

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-contabil-cao-chief-accounting-officer

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Por que estudar na TECH?

pág. 6

03

Por que o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 24

07

Metodologia

pág. 44

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 52

09

Direção do curso

pág. 56

10

Impacto para a sua carreira

pág. 78

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 82

12

Certificado

pág. 86

01

Boas-vindas

A contabilidade é um setor complexo que requer profissionais qualificados de diferentes áreas. Desta forma, um diretor de contabilidade ou Chief Accounting Officer é um gerente de operações responsável por administrar a contabilidade de uma organização, supervisionar as funções contábeis e garantir que os relatórios sejam precisos e cumpram com os regulamentos estabelecidos. Portanto, esta posição requer uma capacitação de excelência. Este programa visa formar especialistas com conhecimentos atualizados, necessários para o desenvolvimento das competências contábeis em todas as áreas da empresa, tanto no âmbito nacional como internacional, permitindo que o aluno tenha acesso a posições com importantes responsabilidades. Além disso, o programa contempla aspectos da contabilidade financeira, gestão e análise, abrangendo também outros fatores, pois é complementado por módulos que permitirão aos profissionais enfrentar os desafios da gestão e da tomada de decisões além do simples campo da gestão de contas, através do planejamento e da avaliação da empresa.



MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer).
TECH Universidade Tecnológica



Torne-se um especialista em Gestão Contábil através deste programa que lhe permitirá implementar as estratégias mais adequadas no âmbito empresarial. Isso permitirá que você se posicione como um Chief Accounting Officer bem-sucedido”

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 suas habilidades gerenciais e de liderança na gestão contábil, além de desenvolver novas competências que serão fundamentais em seu desenvolvimento profissional. Após o programa, o aluno poderá ser capaz de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional. Desta forma, você estará preparado para atuar como um Chief Accounting Officer bem-sucedido.



“

A TECH lhe ajudará a desenvolver as habilidades necessárias para conduzir estrategicamente a gestão contábil. Se você pretende atuar como um Chief Accounting Officer, então seja bem-vindo, este é o lugar ideal para você”

**Seus objetivos são nossos objetivos.
Trabalhamos juntos para alcançá-los.**

O MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer) lhe permitirá:

01

Conhecer detalhadamente as demonstrações financeiras e ter a habilidade para analisá-las, assim como o desenvolvimento de operações complexas com um impacto sobre as mesmas

02

Desempenhar adequadamente todas as funções do departamento de contabilidade de uma empresa, em todos os níveis, desde o mais básico até a gestão e a tomada de decisões

03

Ter um conhecimento detalhado das operações contábeis e fiscais que afetam uma empresa e desenvolver a capacidade de realizá-las com solvência e conhecimento

04

Analisar e aplicar as normas nacionais e internacionais, aprendendo IFRS

05

Analisar os problemas que surgirem no desenvolvimento da profissão, bem como desenvolver a capacidade de resolvê-los



06

Desenvolver as habilidades necessárias para a tomada de decisões

08

Conhecer e aplicar as técnicas de auditoria e amostragem na supervisão da contabilidade

09

Conhecer o marco regulatório contábil e, em particular, o Plano Geral de Contabilidade, a fim de utilizá-lo adequadamente

07

Desenvolver as habilidades de organização, planejamento e controle

10

Utilizar os requisitos da informação, princípios contábeis, critérios de registro e de avaliação para assegurar um panorama verdadeiro da situação patrimonial da empresa



11

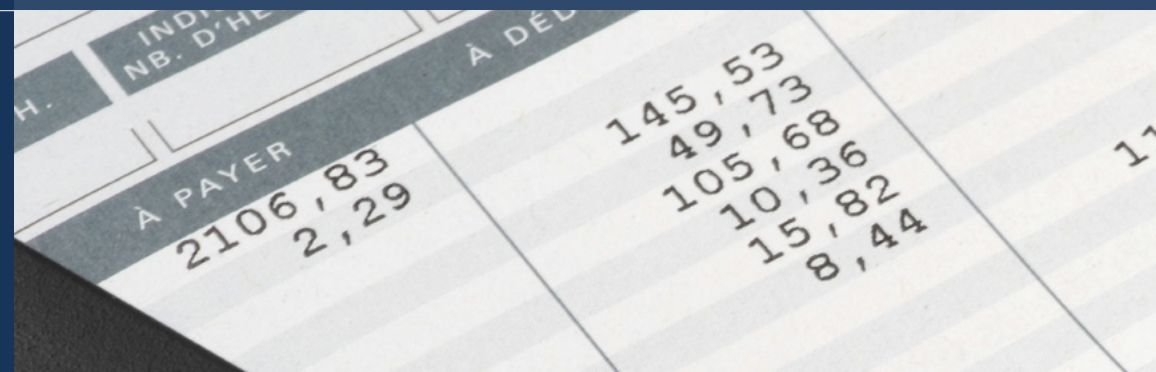
Conhecer a estrutura do sistema tributário espanhol, a fim de entender o impacto sobre a atividade econômico-financeira da empresa

14

Conhecer todos os elementos que compõem as demonstrações financeiras nas empresas e análise detalhada de transações complexas e de relevância econômica para as organizações relacionadas com operações de cobertura e seus efeitos sobre as demonstrações financeiras.

12

Conhecer a natureza do Imposto sobre as Sociedades e identificar seus elementos, com o intuito de considerá-lo no desenvolvimento da atividade econômico-financeira da empresa



13

Conhecer a natureza do Imposto de Renda Pessoa Física e identificar seus elementos, com o intuito de considerá-lo no desenvolvimento da atividade econômico-financeira da empresa

15

Conhecer, analisar e aplicar os produtos de investimento disponíveis no mercado

16

Ter uma visão global do papel do sistema financeiro na alocação de recursos financeiros e conhecer as funções, características e classificação dos ativos, intermediários e mercados financeiros

18

Analisar os diferentes tipos de riscos aos quais a empresa está sujeita e conhecer os instrumentos e mecanismos utilizados nos departamentos de gestão corporativa para mensurá-los, avaliá-los e cobri-los através do uso de ativos derivados

19

Identificar e aplicar os regulamentos aplicáveis ao grupo de empresas na elaboração das contas anuais

17

Analisar e selecionar entre os diferentes produtos financeiros oferecidos pelos mercados, aqueles que permitam uma estratégia de investimento bem-sucedida e que melhore a rentabilidade dos excedentes de caixa

20

Conduzir uma análise sobre a execução de uma estratégia de planejamento e controle bem-sucedida

05 Competências

Uma vez aprovadas as avaliações do MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer), o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma prática de qualidade e atualizada, fundamentada na metodologia de ensino mais inovadora. Através de todo esse conhecimento, o aluno graduado poderá desempenhar posições de alta direção.



“

Aumente suas competências e alcance seus objetivos. Através do inovador sistema pedagógico da TECH, o sucesso como diretor na área de contabilidade estará ao seu alcance”

01

Avaliar informações contábeis externas, analisando quais informações são relevantes

02

Realizar tarefas específicas de auditoria e controle interno para garantir uma visão verdadeira e fiel da situação econômica e financeira da empresa

03

Realizar o planejamento financeiro de curto e longo prazo e conciliar os objetivos financeiros de curto e longo prazo da empresa

04

Analisar as operações de negócios para tomar decisões e medir o resultado

05

Medir os riscos das carteiras e propor coberturas para mitigar esses riscos

06

Diferenciar entre os diversos tipos de impostos diretos e indiretos, para o correto cumprimento das obrigações fiscais da empresa

07

Identificar os problemas contábeis das principais transações comerciais, de ativos fixos, financeiros e de instrumentos financeiros, com o intuito de interpretá-los

10

Analisar e avaliar as informações contábeis analíticas de uma empresa industrial, comercial e/ou de serviços

08

Registrar as operações e preparar as demonstrações financeiras de acordo com as Normas Internacionais de Relatório Financeiro

11

Resolver casos práticos de contabilidade analítica e de gestão

09

Compreender e interpretar as informações econômico-financeiras publicadas pelas empresas

12

Aplicar as regras de reconhecimento e avaliação do Plano Geral de Contabilidade a diferentes operações complexas

06

Estrutura e conteúdo

O MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer) é um programa elaborado sob medida para o profissional e é ministrado em um formato 100% online. Desta forma, o aluno poderá escolher a hora e o lugar que melhor se adapte à sua disponibilidade, horários e interesses, obtendo assim uma aprendizagem mais eficaz.

Este programa de 12 meses pretende ser uma experiência exclusiva e motivadora, estabelecendo as bases para o seu sucesso como gestor contábil.



“

Este plano de estudos foi elaborado para lhe proporcionar uma experiência de aprendizagem contextual em todas as situações que você possa enfrentar em sua prática diária"

Plano de estudos

O MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer) da TECH Global University é um programa intensivo que prepara o profissional para enfrentar desafios e decisões empresariais no âmbito contábil, tanto em âmbito nacional como internacional. O conteúdo deste programa foi elaborado para incentivar o desenvolvimento das habilidades de gestão, permitindo uma tomada de decisões mais precisa em ambientes de incerteza. Através deste conteúdo, o aluno graduado estará preparado para atuar com sucesso como Chief Accounting Officer.

Ao longo de 2.700 horas de estudo, o aluno analisará uma infinidade de casos práticos através de um trabalho individual, obtendo uma aprendizagem abrangente que será de grande utilidade em seu trabalho diário. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa aborda detalhadamente as diferentes áreas da empresa, cuja finalidade é oferecer uma compreensão da gestão contábil através de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano de estudos destinado ao aluno, focado em seu aperfeiçoamento profissional e que permitirá a sua preparação para alcançar a excelência na área da gestão e administração de empresas. Um programa que compreende suas necessidades e as de sua empresa através de conteúdo inovador baseado nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educacional e uma faculdade excepcional, que lhe dará as habilidades para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Este Mestrado Próprio é realizado em 12 meses e está dividido em 15 módulos:

Módulo 1	Contabilidade Avançada I
Módulo 2	Contabilidade de Gestão para a Tomada de Decisões
Módulo 3	Contabilidade Avançada II
Módulo 4	Contabilidade e Tributação
Módulo 5	Análise das Demonstrações Econômico-Financeiras
Módulo 6	Normas internacionais
Módulo 7	Análise e Gestão de Instrumentos Financeiros
Módulo 8	Combinações de Negócios e Avaliação de Empresas
Módulo 9	Consolidação das Demonstrações Financeiras
Módulo 10	Planejamento Financeiro-Contábil para a Tomada de Decisões Empresariais
Módulo 11	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
Módulo 12	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
Módulo 13	Gestão Econômico-Financeira
Módulo 14	Gestão Comercial e Marketing Estratégico
Módulo 15	Gestão Executiva

Onde, quando e como é ensinado?

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

Uma experiência educacional única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional.



Módulo 1. Contabilidade Avançada I

1.1. Constituição das sociedades

- 1.1.1. Introdução à contabilidade de sociedades
- 1.1.2. Capital social
 - 1.1.2.1. Contribuições monetárias
 - 1.1.2.2. Contribuições não monetárias
- 1.1.3. Constituição das sociedades anônimas
 - 1.1.3.1. Constituição por fundação simultânea ou por acordo
 - 1.1.3.2. Constituição por fundação sucessiva ou por subscrição pública

1.2. Ações em tesouraria

- 1.2.1. Conceito de ações em tesouraria
- 1.2.2. Formas de aquisição de ações próprias
- 1.2.3. Alienação de ações em tesouraria
- 1.2.4. Amortização de ações em tesouraria

1.3. Ativos fixos tangíveis

- 1.3.1. Introdução aos ativos fixos tangíveis
- 1.3.2. Avaliação inicial dos ativos fixos tangíveis
 - 1.3.2.1. Preço de aquisição
 - 1.3.2.2. Custo de produção
 - 1.3.2.3. Permutas
 - 1.3.2.4. Contribuições não monetárias
- 1.3.3. Avaliação posterior dos ativos fixos tangíveis
 - 1.3.3.1. Amortização
 - 1.3.3.2. Deterioração
- 1.3.4. Baixa de ativos fixos tangíveis

1.4. Imposto sobre o valor agregado– IVA(I)

- 1.4.1. O imposto sobre o valor agregado e suas contas
- 1.4.2. O IVA suportado
- 1.4.3. O IVA repercutido
- 1.4.4. A contabilização do imposto sobre o valor agregado nas compras e despesas
- 1.4.5. A contabilização do imposto sobre o valor agregado em vendas e prestação de serviços

1.5. Imposto sobre o valor agregado– IVA(II)

- 1.5.1. Regra pró-rata
 - 1.5.1.1. Pro rata geral
 - 1.5.1.2. Pro rata especial
 - 1.5.1.3. Regra pró-rata para bens de investimento
- 1.5.2. Os regimes especiais
- 1.5.3. As aquisições intracomunitárias, importações e exportações de bens

1.6. Imposto de Sociedades - IS (I)

- 1.6.1. O Imposto sobre as Sociedades e as suas contas
- 1.6.2. Ativos e passivos fiscais correntes
- 1.6.3. Ativos e passivos fiscais diferido
- 1.6.4. Avaliação de ativos e passivos fiscais correntes e impostos diferidos

1.7. Imposto de Sociedades - IS (II)

- 1.7.1. Bases fiscais negativas
- 1.7.2. Ajustes do imposto de sociedades
 - 1.7.2.1. Diferenças permanentes
 - 1.7.2.2. Diferenças temporárias

1.8. Financiamento I

- 1.8.1. Introdução às finanças corporativas
- 1.8.2. Reservas
 - 1.8.2.1. Conta 110: prêmio de emissão
 - 1.8.2.2. Conta 111: reserva legal
 - 1.8.2.3. Conta 113: reserva voluntária
 - 1.8.2.4. Conta 114: reservas especiais
 - 1.8.2.5. Conta 118: contribuições de sócios ou proprietários

- 1.8.3. Resultados a serem aplicados
 - 1.8.3.1. Conta 120: Saldo remanescente
 - 1.8.3.2. Conta 121: resultados negativos de anos anteriores
 - 1.8.3.3. Conta 129: resultado do ano
- 1.8.4. Subsídios de capital em PMEs

1.9. Financiamento II

- 1.9.1. Provisões
- 1.9.2. Dívidas a longo prazo
 - 1.9.2.1. Dívidas a longo prazo com características especiais
 - 1.9.2.2. Dívidas a longo prazo com partes vinculadas
 - 1.9.2.3. Dívidas a longo prazo de empréstimos recebidos, empréstimos e outros itens

- 1.9.3. Fianças
 - 1.9.3.1. Conta 180: títulos de longo prazo recebidos
 - 1.9.3.2. Contas 181: adiantamentos recebidos por vendas ou prestação de serviços a longo prazo
 - 1.9.3.3. Conta 189: garantias financeiras a longo prazo
- 1.9.4. Situações de financiamento transitório

1.10. Contas financeiras I

- 1.10.1. Empréstimos, dívidas com características especiais e outras emissões semelhantes a curto prazo
- 1.10.2. Dívidas a curto prazo com partes vinculadas
- 1.10.3. Dívida a curto prazo por empréstimos recebidos e outros conceitos
- 1.10.4. Investimentos financeiros a curto prazo com partes vinculadas

Módulo 2. Contabilidade de Gestão para a Tomada de Decisões**2.1. Fundamentos conceituais**

- 2.1.1. A contabilidade analítica: conceito, evolução e escopo de estudo
- 2.1.2. Objetivos e usuários
- 2.1.3. Relações e diferenças entre contabilidade analítica e contabilidade financeira

2.2. O custo: conceitos básicos

- 2.2.1. Conceito de custo e magnitudes que o compõem
- 2.2.2. Relatividade dos valores de custo
- 2.2.3. Trajeto contábil dos custos: a conexão custos-ativos-resultados
- 2.2.4. O conceito de despesa e sua relação com o custo

2.3. Modelo básico de acumulação de custos e resultados

- 2.3.1. O fluxo contábil de custos: identificação, periodificação, classificação e localização de componentes
- 2.3.2. A análise da atividade como base geradora dos custos
- 2.3.3. A relação custo-atividade-produção. A problemática dos custos indiretos
- 2.3.4. Estrutura do modelo básico de acumulação: análise por funções

- 2.3.5. Conceito e objetivos da classificação de custos por funções
 - 2.3.5.1. Principais funções que compõem a atividade operacional da empresa e critérios para a delimitação e imputação dos seus custos
 - 2.3.5.2. A alocação de custos ao custo industrial total
- 2.3.6. Demonstração de resultados funcional: conceito e estrutura

2.4. Avaliação do armazém

- 2.4.1. Estoques
- 2.4.2. Métodos de avaliação

2.5. A produção em andamento e perda

- 2.5.1. Avaliação dos estoques finais de produção em andamento
- 2.5.2. Avaliação dos estoques iniciais de produção em andamento
- 2.5.3. Avaliação da produção perdida

2.6. Sistema de produção multifásico

- 2.6.1. Introdução
- 2.6.2. Os produtos semi-acabados
- 2.6.3. Modelo de produção multifásica
- 2.6.4. Produção multifásica em série
- 2.6.5. Produção multifásica em paralelo

2.7. Modelo de custos variáveis

- 2.7.1. Fundamentos conceituais
- 2.7.2. Acumulação de custos e estrutura da demonstração de resultados
- 2.7.3. A margem de contribuição como ferramenta para análise de rentabilidade e tomada de decisão

- 2.7.4. Localização e análise dos custos por centros no âmbito do modelo de custo variável
- 2.7.5. «*Direct costing*» e análise custo-volume-benefício: modelo básico de análise custo-volume-benefício
- 2.7.6. Determinação do ponto de equilíbrio
- 2.7.7. Limitações do modelo de custo variável

2.8. Tomada de decisão sob custos variáveis

- 2.8.1. Conceitos básicos de atividade e capacidade para análise e controle de gestão
- 2.8.2. Comportamento dos custos e variações no nível de atividade: custos fixos e custos variáveis

- 2.8.3. Aplicações do «*direct costing*» às decisões sobre preços e produtos
- 2.8.4. A utilização da capacidade instalada como um marco condicionante para as decisões empresariais: critérios de decisão em situações de baixa ocupação e plena ocupação.

- 2.8.5. Decisões sobre fabricação, subcontratação ou compra
- 2.8.6. Decisões sobre continuar a processar o produto ou vendê-lo com menor grau de elaboração
- 2.8.7. Decisões sobre a aceitação ou rejeição de pedidos especiais

2.9. Modelo de custos padrão

- 2.9.1. Os desvios
 - 2.9.1.1. Desvios em custos diretos
 - 2.9.1.2. Desvios em custos indiretos

2.10. Modelo de custos baseado na imputação racional

- 2.10.1. O uso da capacidade instalada como um fator de eficiência: capacidade utilizada e capacidade ociosa: seu impacto nos custos
- 2.10.2. Os custos de subatividade

- 2.10.3. O método de imputação racional para alocação de custos
 - 2.10.3.1. Fundamento conceitual
 - 2.10.3.2. Imputação de custos
 - 2.10.3.3. Estrutura da demonstração de resultados
- 2.10.4. Contribuições do método para análise e controle de gestão

Módulo 3. Contabilidade Avançada II

3.1. Contas financeiras II

- 3.1.1. Outros investimentos financeiros temporários
- 3.1.2. Outras contas não bancárias
- 3.1.3. Títulos e depósitos recebidos e constituídos a curto prazo e ajustes por acréscimos
- 3.1.4. Tesouraria
- 3.1.5. Ativos não circulantes mantidos para venda e ativos e passivos associados
- 3.1.6. Prejuízos em investimentos financeiros de curto prazo

3.2. Combinação de negócios (I)

- 3.2.1. Introdução à combinação de negócios
- 3.2.2. Classificação das combinações de negócios
- 3.2.3. O método de aquisição
 - 3.2.3.1. Determinação da empresa adquirente
 - 3.2.3.2. Identificação da data de aquisição
 - 3.2.3.3. Custos das combinações de negócios
 - 3.2.3.4. Reconhecimento de ágio ou diferença negativa

3.2.4. Contabilidade provisória

- 3.2.5. Combinação de negócios realizada por etapas

3.3. Combinação de negócios (II)

- 3.3.1. Conceito da fusão de empresas e seus tipos
- 3.3.2. O projeto de fusão
- 3.3.3. O balance de fusão
- 3.3.4. A aprovação da fusão
- 3.3.5. Formalização e registro do acordo de fusão
- 3.3.6. Efeitos da fusão
- 3.3.7. Tipos de fusão

- 3.3.7.1. Fusão direta
- 3.3.7.2. Fusão indireta
- 3.3.7.3. Fusão por etapas
- 3.3.7.4. Fusão gêmea
- 3.3.7.5. Fusão inversa

3.4. Combinação de negócios (III)

- 3.4.1. Conceito da divisão de sociedades
- 3.4.2. Regime jurídico da divisão
- 3.4.3. Efeitos da divisão
- 3.4.4. Tipos de divisão
 - 3.4.4.1. Divisão total
 - 3.4.4.2. Divisão parcial

3.5. Combinação de negócios (IV)

- 3.5.1. Conceito de segregação de empresas
- 3.5.2. Segregação parcial

3.6. Concurso de credores

- 3.6.1. Conceito do concurso de credores
- 3.6.2. Tipos de concurso
- 3.6.3. A administração da falência
- 3.6.4. Consequências da declaração de falência
- 3.6.5. Esquema contábil

3.7. Introdução à auditoria das contas anuais

- 3.7.1. As contas anuais
- 3.7.2. Conceito de auditoria
- 3.7.3. Objetivos da auditoria das contas anuais
- 3.7.4. Princípios fundamentais contábeis e éticos
- 3.7.5. Marco regulatório
 - 3.7.5.1. Marco regulatório para informações financeiras de imagem fiel

- 3.7.5.2. Marco regulatório para informações financeiras de cumprimento
- 3.7.5.3. Marco regulatório para informações financeiras adequado
- 3.7.5.4. Marco regulatório para informações financeiras inadequado
- 3.7.5.5. Marco regulatório de informação financeira aplicável às empresas em liquidação

- 3.7.6. Regulamentações nacionais e internacionais
 - 3.7.6.1. Lei 19/1988 sobre a Auditoria de Contas (LAC 19/1988)
 - 3.7.6.2. Lei 22/2015, de 20 de julho, sobre Auditoria de Contas (LAC)
 - 3.7.6.3. Real Decreto 1517/2011, de 31 de outubro, que aprova o Regulamento de implementação do texto consolidado da Lei de Auditoria de Contas (RAC)

- 3.7.6.4. Normas Internacionais de Auditoria, conforme adotadas pela União Europeia (NIA)
- 3.7.6.5. Normas Técnicas de Auditoria (NTA)
- 3.7.6.6. Usos e costumes
- 3.7.6.7. Padrões éticos

3.8. Partes envolvidas na auditoria das contas anuais

- 3.8.1. Entidades obrigadas a submeter-se à auditoria anual de suas contas
- 3.8.2. Os auditores de contas
 - 3.8.2.1. Requisitos para o exercício da auditoria
 - 3.8.2.2. Responsabilidade dos auditores

- 3.8.2.3. Dever dos auditores
 - 3.8.2.3.1. Dever de independência
 - 3.8.2.3.2. Dever de preservação e custódia
 - 3.8.2.3.3. Dever de sigilo
 - 3.8.2.3.4. Dever de ceticismo e julgamento profissional

3.9. Instituto de Contabilidade e Auditoria (ICAC)

- 3.9.1. Natureza do ICAC
- 3.9.2. Funções do ICAC
- 3.9.3. Regime de supervisão
- 3.9.4. Regime de sanções

3.10. Relatório de auditoria sobre as contas anuais

- 3.10.1. Estrutura do relatório de auditoria
 - 3.10.1.1. Elementos básicos do relatório de auditoria das contas anuais
- 3.10.2. Outros aspectos
- 3.10.3. Modelo de relatório de auditoria

Módulo 4. Contabilidade e Tributação**4.1. O Plano Geral de Contabilidade**

- 4.1.1. Marco regulatório
- 4.1.2. Estrutura do PGC
- 4.1.3. Marco Conceitual da contabilidade
 - 4.1.3.1. Contas anuais e imagem fiel
 - 4.1.3.2. Requisitos de informação a incluir nas contas anuais
 - 4.1.3.3. Princípios contábeis
 - 4.1.3.4. Elementos das contas anuais

- 4.1.3.5. Critérios de registro ou reconhecimento contábil dos elementos das contas anuais
- 4.1.3.6. Critérios de avaliação
- 4.1.3.7. Princípios e normas contábeis geralmente aceitos
- 4.1.4. Normas de registro e avaliação
- 4.1.5. Contas anuais

4.2. Tratamento contábil de compras e vendas de estoques

- 4.2.1. Normas de registro e avaliação de estoques
- 4.2.2. Métodos de alocação de avaliação de estoques
- 4.2.3. Contas de receitas e despesas relacionadas a estoques

- 4.2.4. Avaliação de estoques e correções de avaliação
- 4.2.5. O IVA sobre compras e vendas

4.3. Tratamento contábil de credores e devedores para operações comerciais

- 4.3.1. Normas de registro e avaliação de instrumentos financeiros
- 4.3.2. Operações atuais

- 4.3.3. Operações comerciais com juros de diferimento *Factoring*
- 4.3.4. Operações em moeda estrangeira
- 4.3.5. Contas de pessoal e da administração pública
- 4.3.6. Periodização
- 4.3.7. Correções de avaliação

4.4. Tratamento contábil dos ativos fixos não financeiros

- 4.4.1. Normas de registro e avaliação de ativos fixos não financeiros
- 4.4.2. Ativos fixos em andamento
- 4.4.3. Investimentos imobiliários

- 4.4.4. Ativos intangíveis
- 4.4.5. Correções de avaliação
- 4.4.6. Ativos mantidos para venda
- 4.4.7. Leasing financeiro

4.5. Tratamento contábil dos instrumentos financeiros

- 4.5.1. Normas de registro e avaliação de instrumentos financeiros
- 4.5.2. Classificação de instrumentos financeiros
 - 4.5.2.1. Investimentos mantidos até o vencimento

- 4.5.2.2. Ativos financeiros mantidos para negociação
- 4.5.2.3. Ativos financeiros disponíveis para venda
- 4.5.2.4. Investimentos no patrimônio de empresas do grupo, multigrupo e associadas
- 4.5.2.5. Créditos não comerciais
- 4.5.2.6. Créditos, empréstimos e outros débitos

- 4.5.2.7. Empréstimos e outras emissões semelhantes
- 4.5.2.8. Passivos financeiros mantidos para negociação
- 4.5.3. Títulos, depósitos e outras contas não bancárias
- 4.5.4. Ajustes de periodificação

4.6. Tratamento contábil dos fundos próprios, subvenções e provisões

- 4.6.1. Fontes próprias de financiamento
- 4.6.2. Instrumentos do patrimônio
- 4.6.3. Subsídios, doações e legados
- 4.6.4. Provisões e pagamentos baseados em instrumentos do patrimônio

4.7. Tratamento contábil das despesas e receitas e operações derivadas do encerramento do exercício financeiro

- 4.7.1. Tratamento contábil das despesas
 - 4.7.1.1. Compras de estoque
 - 4.7.1.2. Serviços externos
 - 4.7.1.3. Tributos
 - 4.7.1.4. Gastos com pessoal

- 4.7.1.5. Outros Gastos de gestão
- 4.7.1.6. Despesas financeiras
- 4.7.1.7. Perdas de ativos não circulantes e despesas excepcionais
- 4.7.2. Tratamento contábil de ingressos
 - 4.7.2.1. Vendas de estoque
 - 4.7.2.2. Trabalhos realizados para a empresa
 - 4.7.2.3. Subsídios, doações e legados
 - 4.7.2.4. Outros ingressos de gestão
 - 4.7.2.5. Ingressos financeiros

- 4.7.2.6. Ganhos sobre ativos não circulantes e ingressos
- 4.7.3. Operações derivadas do final do exercício financeiro
 - 4.7.3.1. Variações de estoque
 - 4.7.3.2. Amortização
 - 4.7.3.3. Perdas por prejuízos e outras provisões
 - 4.7.3.4. Reversão do prejuízo e do excesso de provisões

4.8. Introdução ao sistema tributário espanhol. Impostos locais

- 4.8.1. Sistema tributário espanhol
- 4.8.2. Regulamentos aplicáveis
- 4.8.3. Imposto sobre atividades econômicas
- 4.8.4. Imposto sobre imóveis
- 4.8.5. Imposto sobre transferência e atos jurídicos documentados

4.9. Impostos sobre sociedades

- 4.9.1. Regulamentos aplicáveis
- 4.9.2. Diferenças entre o resultado contábil e fiscal
 - 4.9.2.1. Amortização
 - 4.9.2.2. Leasing financeiro
 - 4.9.2.3. Correções de valor por prejuízos e provisões
 - 4.9.2.4. Despesas não dedutíveis

- 4.9.3. Dívida tributária. Deduções e bonificações
- 4.9.4. Retenções e pagamentos por conta
- 4.9.5. Incentivos fiscais de pequeno porte

4.10. Imposto de renda de pessoa física

- 4.10.1. Regulamentos aplicáveis
- 4.10.2. Conceitos gerais
 - 4.10.2.1. Tipos de rendas

- 4.10.2.2. Rendas não sujeitas a impostos e isentas
- 4.10.3. Tipos de rendas
 - 4.10.3.1. Rendimentos do trabalho
 - 4.10.3.2. Rendimentos do capital imobiliário
 - 4.10.3.3. Rendimentos do capital mobiliário
 - 4.10.3.4. Rendimentos de atividades econômicas
 - 4.10.3.5. Ganhos e perdas patrimoniais

- 4.10.3.6. Imputação de renda
- 4.10.3.7. Liquidação de impostos
 - 4.10.3.7.1. Base líquida
 - 4.10.3.7.2. Mínimo pessoal e familiar
 - 4.10.3.7.3. Cota total
 - 4.10.3.7.4. Cota líquida
 - 4.10.3.7.5. Cota diferencial

Módulo 5. Análise das Demonstrações Econômico-Financeiras

5.1. Informações contábeis contidas nas demonstrações financeiras

- 5.1.1. Objetivos gerais das informações contábeis
- 5.1.2. O balance: natureza, significado e componentes
- 5.1.3. A demonstração de resultados: natureza, significado e componentes

5.1.4. A declaração de mudanças no patrimônio líquido: significado e componentes

- 5.1.5. A demonstração do fluxo de caixa: significado e componentes

5.2. As técnicas de análise econômico-financeira

- 5.2.1. Objetivos da análise econômico-financeira
- 5.2.2. Métodos de análise
- 5.2.3. Análise econômica e financeira
- 5.2.4. Classificação financeira do balance
- 5.2.5. Estrutura econômica da demonstração de resultados

5.3. Análise da situação financeira a curto prazo (I)

- 5.3.1. O equilíbrio a curto prazo
- 5.3.2. Capital de giro
- 5.3.3. O período médio de maturação ou o ciclo de exploração
- 5.3.4. Cálculo do capital de giro necessário

5.4. Análise da situação financeira a curto prazo (II)

- 5.4.1. Rácios: conceito e significado
- 5.4.2. Principais rácios utilizados na análise das demonstrações financeiras: solvência e liquidez
- 5.4.3. Rácios de rotatividade dos componentes do capital de giro

5.5. Análise da situação financeira a longo prazo (I)

- 5.5.1. Estrutura econômico-financeira: ativo, passivo e patrimônio líquido
- 5.5.2. Relação entre o passivo e o patrimônio líquido
- 5.5.3. Garantia e endividamento
- 5.5.4. O efeito de alavancagem

5.6. Análise da situação financeira a longo prazo (II)

- 5.6.1. Análise de geração de lucros
- 5.6.2. Análise da geração de fundos

5.7. Análise da situação econômica: rentabilidade

- 5.7.1. A rentabilidade sobre o investimento (ROI) e seus componentes
- 5.7.2. A rentabilidade financeira ou do patrimônio líquido (ROE)
- 5.7.3. A rentabilidade para o acionista

5.8. Aplicação dos conceitos de ROA e ROE: o custo médio ponderado do capital

- 5.8.1. O custo médio ponderado do capital
- 5.8.2. Os fatores que determinam o custo do capital
- 5.8.3. O cálculo do custo do capital
- 5.8.4. A determinação do custo de cada fonte financeira

5.9. Quantificação dos efeitos financeiros e econômicos das decisões de investimento e financiamento

- 5.9.1. Abordando uma questão através de exemplos
- 5.9.2. Alavancagem financeira
- 5.9.3. A estrutura financeira

5.10. Análise global das demonstrações financeiras: estudo de caso

Módulo 6. Normas internacionais**6.1. Arquitetura contábil internacional. Estrutura conceitual**

- 6.1.1. Características gerais
- 6.1.2. Objetivo da informação financeira com propósito geral
- 6.1.3. Características qualitativas da informação financeira útil
- 6.1.4. Elementos das demonstrações financeiras

6.2. Apresentação das demonstrações financeiras (IAS , IFRS)

- 6.2.1. Introdução: objetivo, escopo
- 6.2.2. Definições
- 6.2.3. Demonstrações financeiras
- 6.2.4. Estrutura e conteúdo

6.3. Demonstrativo de fluxo de caixa(NIC7)

- 6.3.1. Introdução: objetivo, escopo
- 6.3.2. Apresentação de uma demonstração de fluxo de caixa
- 6.3.3. Informações sobre o fluxo de caixa das atividades operacionais
- 6.3.4. Informações sobre o fluxo de caixa das atividades de investimentos e financiamentos

6.4. Inventários (IAS 2)

- 6.4.1. Introdução: objetivo, escopo
- 6.4.2. Definições
- 6.4.3. Medição de Inventários
- 6.4.4. Reconhecimento como uma despesa

6.5. Propriedade, instalações e equipamentos (IAS 16)

- 6.5.1. Objetivo
- 6.5.2. Alcance
- 6.5.3. Definições
- 6.5.4. Reconhecimento
- 6.5.5. Medição no momento do reconhecimento
- 6.5.6. Medição pós-reconhecimento
- 6.5.7. Cancelamento de contas

6.6. Propriedades de investimento (IAS 40)

- 6.6.1. Classificação de propriedades como propriedades de investimento
- 6.6.2. Medição no momento do reconhecimento
- 6.6.3. Medição pós-reconhecimento
- 6.6.4. Cancelamento de contas

6.7. Ativos intangíveis (IAS 38)

- 6.7.1. Reconhecimento como despesa
- 6.7.2. Medição pós-reconhecimento
- 6.7.3. Vida útil
- 6.7.4. Ativos intangíveis com vida útil finita
- 6.7.5. Ativos intangíveis com vida útil indefinida

6.8. Custos de empréstimos (JUROS) (IAS 23)

- 6.8.1. Custos de empréstimos elegíveis para capitalização
- 6.8.2. Início da capitalização
- 6.8.3. Suspensão da capitalização

6.9. Desvalorização de ativos (IAS 36)

- 6.9.1. Identificação de um ativo que poderia ser desvalorizado
- 6.9.2. Mensuração do valor recuperável
- 6.9.3. Reconhecimento e mensuração de perdas por desvalorização
- 6.9.4. Unidades geradoras de caixa
- 6.9.5. Reversão de perdas por desvalorização

6.10. Segmentos de operação (IFRS 8)

- 6.10.1. Princípios básicos
- 6.10.2. Alcance
- 6.10.3. Segmentos operacionais
- 6.10.4. Segmentos a serem informados

Módulo 7. Análise e Gestão de Instrumentos Financeiros

7.1. Introdução ao sistema financeiro e às instituições

- 7.1.1. Questões gerais
- 7.1.2. Organização do sistema financeiro
- 7.1.3. Instituições financeiras
- 7.1.4. Mercados financeiros
- 7.1.5. Ativos financeiros
- 7.1.6. O sistema financeiro espanhol

7.2. Dívida pública de curto prazo

- 7.2.1. Introdução
- 7.2.2. Notas do Tesouro: definição e características
- 7.2.3. Notas do Tesouro: forma de emissão
- 7.2.4. Mercado secundário para títulos do tesouro

7.3. Dívida pública a longo prazo

- 7.3.1. Introdução
- 7.3.2. Bônus e obrigações governamentais: definição e características
- 7.3.3. Bônus e obrigações: forma de emissão
- 7.3.4. Mercados secundários de bônus e obrigações governamentais

7.4. Dívida corporativa a curto prazo

- 7.4.1. Introdução
- 7.4.2. Títulos da empresa e outros ativos corporativos de curto prazo: definição e características
- 7.4.3. Títulos da empresa: forma de emissão
- 7.4.4. Mercados secundários de títulos da empresa

7.5. Dívida corporativa a longo prazo

- 7.5.1. Introdução
- 7.5.2. Bônus e obrigações governamentais: definição e características
- 7.5.3. Bônus e obrigações Corporativas: forma de emissão
- 7.5.4. Mercados secundários de dívidas corporativas

7.6. A renda variável: ações

- 7.6.1. Introdução
- 7.6.2. O que são ações?
- 7.6.3. Avaliação das opções
- 7.6.4. Vigilância e supervisão oficial do mercado
- 7.6.5. As empresas de serviços de investimento
- 7.6.6. Ofertas públicas com ações: OPA, OPE, OPS e OPV
- 7.6.7. Operação de crédito de mercado

7.7. As divisas

- 7.7.1. Introdução às divisas
- 7.7.2. A taxa de câmbio
- 7.7.3. Fatores que afetam a taxa de câmbio
- 7.7.4. Transações de divisas
- 7.7.5. Características do mercado de câmbio

7.8. Instrumentos derivativos: forwards e futuros

- 7.8.1. Introdução aos derivados
- 7.8.2. Mercado Espanhol de Futuros Financeiros (MEFF)
- 7.8.3. Os *forwards*. Definição e estratégias
- 7.8.4. Futuros. Definição e estratégias
- 7.8.5. Exemplos de operações com *forwards* e futuros

7.9. Instrumentos derivados: opções

- 7.9.1. Introdução às opções
- 7.9.2. Posições básicas com opções
- 7.9.3. Valor intrínseco e valor temporal em opções
- 7.9.4. Exemplos de operações com opções

7.10. Instrumentos derivados: SWAPS

- 7.10.1. Introdução às permutas financeiras ou SWAPS
- 7.10.2. Características das operações SWAP
- 7.10.3. Tipos de SWAPS
- 7.10.4. Exemplos de operações com SWAPS

Módulo 8. Combinações de Negócios e Avaliação de Empresas

8.1. Razões estratégicas para a aquisição e avaliação de uma empresa 8.1.1. Motivos para valorizar uma empresa: o processo de compra e venda como uma ferramenta de crescimento 8.1.2. Financiamento alavancado. Capital de risco. (<i>Venture capital, private equity, family offices</i>) 8.1.3. Tipos de operações, <i>buy out</i> : LBO, MBO, MBI e BIMBO	8.1.4. Aspectos-chave em processos de fusões e aquisições 8.1.5. Novas formas de investimento em capital privado, o <i>crowdfunding</i>	8.2. Metodologias de avaliação de mercado 8.2.1. Avaliação por múltiplas empresas cotadas 8.2.2. Avaliação por múltiplas transações privadas versus mercados cotados: o prêmio de iliquidez 8.2.3. Fórmulas analíticas de múltiplos 8.2.4. Casos práticos	8.3. Metodologia de fluxo de caixa descontado (DCF) 8.3.1. Método de desconto de fluxo de caixa livre 8.3.2. O fluxo de caixa livre 8.3.3. A taxa líquida de investimento (TLI) 8.3.4. O valor residual 8.3.5. A taxa de desconto, o custo médio ponderado do capital ou WACC 8.3.6. O valor da empresa
8.3.7. Cálculo da dívida financeira líquida, passivos contingentes e valor das ações 8.3.8. Casos práticos	8.4. Uma visão mais profunda: modelagem da empresa a ser valorizada 8.4.1. Análise das informações contábeis, cálculo das tendências. Tac's e médias: identificação dos "value drivers"	8.4.2. Projeções de receita por linhas de negócios, custos diretos e indiretos 8.4.3. Projeções de Ebitda, com base em dados históricos, tendências de mercado e plano estratégico da empresa 8.4.4. Hipóteses de amortizações e necessidades de investimento	8.4.5. Cálculo do prazo médio histórico de maturação 8.4.6. Cálculo do capital de giro necessário 8.4.7. Fluxo de caixa livre, fluxo de caixa da dívida e fluxo de caixa do acionista 8.4.8. Projeções do balanço
8.5. Análise e inclusão de risco em um contrato de compra e venda 8.5.1. Uma visão mais abrangente do custo médio ponderado do capital 8.5.2. O custo dos recursos externos 8.5.3. O custo de capital próprio, a metodologia de dividendos	8.5.4. O CAPM para o cálculo do custo de capital das empresas cotadas 8.5.5. Cálculo do beta para empresas não cotadas a partir dos dados listados 8.5.6. O CAPM para empresas não cotadas: prêmios de tamanho e de iliquidez 8.5.7. Casos práticos	8.6. Incerteza e risco, a inclusão da aleatoriedade 8.6.1. Criação de cenários, cálculo e uso da volatilidade para criar faixas de valor 8.6.2. Simulação Monte Carlo	8.6.3. Análise de sensibilidade 8.6.4. Preço vs. valor: o valor das sinergias. Redução do risco através do método de pagamento 8.6.5. Casos práticos
8.7. Solução de dois casos práticos integrados 8.7.1. Avaliação de uma empresa do setor de serviços 8.7.2. Avaliação de uma empresa de produção	8.8. Outras metodologias de avaliação 8.8.1. Metodologia do "equity" 8.8.2. Metodologia EVA	8.9. As combinações de negócios nas demonstrações financeiras 8.9.1. IFRS 3, IFRS 13, NIC 38 8.9.2. Fundo de comércio ou goodwill 8.9.3. Reconhecimento de outros ativos intangíveis	8.10. Avaliação de intangíveis 8.10.1. A marca como principal ativo intangível, outros intangíveis que compõem o valor de uma empresa: o método do lucro excedente por múltiplos períodos 8.10.2. Métodos para calcular o valor da marca 8.10.2.1. Método do <i>royalty</i> 8.10.2.2. Método <i>interbrand</i>

Módulo 9. Consolidação das Demonstrações Financeiras

<p>9.1. A consolidação contábil. Introdução</p> <p>9.1.1. Introdução 9.1.1.1. Conceito de consolidação 9.1.1.2. Normas para a formulação das contas anuais consolidadas</p> <p>9.1.2. Temas da consolidação 9.1.3. Obrigação de consolidar 9.1.4. Métodos de consolidação</p>	<p>9.2. Método de Integração Global. Parte I</p> <p>9.2.1. Introdução 9.2.2. Homogenizações 9.2.3. Agregações e método de aquisição 9.2.4. Exclusões</p>	<p>9.3. Método de Integração Global. Parte II</p> <p>9.3.1. Introdução 9.3.2. Cenário 1: variação do investimento sem modificação da porcentagem de participação acionária 9.3.3. Cenário 2: variação na porcentagem de participação sem perda de controle 9.3.3.1. Aumento na porcentagem de participação sem perda de controle</p>	<p>9.3.3.2. Cenário 2: variação na porcentagem de participação sem perda de controle 9.3.4. Cenário 3: diminuição do porcentagem de participação sem perda de controle 9.3.5. Casos particulares e exceções ao método de aquisição</p>
<p>9.4. Método de Integração Global. Parte III</p> <p>9.4.1. Introdução 9.4.2. Casos particulares 9.4.2.1. Participações indiretas 9.4.2.2. Aquisições inversas 9.4.2.3. Outras aquisições</p>	<p>9.5. Método de Integração Global. Parte IV</p> <p>9.5.1. Introdução 9.5.2. Eliminações de itens intragrupo e resultados 9.5.3. Operações intragrupo não financeiras</p>	<p>9.6. Método de Integração Global. Parte V</p> <p>9.6.1. Introdução 9.6.2. Eliminações não patrimoniais 9.6.3. Operações intragrupo financeiras</p>	<p>9.7. Método de equivalência</p> <p>9.7.1. Introdução. Descrição do procedimento 9.7.2. Avaliação em exercícios posteriores pelo método de equivalência patrimonial 9.7.3. Operações intragrupo entre sociedades pelo método de equivalência e empresas do grupo 9.7.4. Modificação da participação 9.7.5. Perdas por imparidade e perda de condição de grupo associada</p>
<p>9.8. Método de integração proporcional</p> <p>9.8.1. Definição e critérios aplicáveis 9.8.2. Contribuições não monetárias 9.8.3. Negócios conjuntos mantidos para venda 9.8.4. Outros 9.8.5. Investimentos e desinvestimentos em entidades controladas em conjunto 9.8.6. Participações antes de serem consideradas como controladas em conjunto 9.8.7. Perda da condição de grupo múltiplo 9.8.8. Término da relação de controle conjunto</p>	<p>9.9. Outras regras aplicáveis à consolidação</p> <p>9.9.1. Introdução 9.9.2. Conversão de contas anuais em moeda estrangeira (arts. 59 A 67) 9.9.3. Outras regras aplicáveis à consolidação</p>	<p>9.10. Contas anuais consolidadas</p> <p>9.10.1. Introdução 9.10.2. Regras gerais para as contas anuais consolidadas 9.10.3. O balanço patrimonial consolidado 9.10.4. A conta p e g consolidada 9.10.5. Demonstração no patrimônio líquido consolidado 9.10.6. Demonstração do fluxo de caixa consolidada 9.10.7. A memória consolidada</p>	

Módulo 10. Planejamento Financeiro-Contábil para a Tomada de Decisões Empresariais**10.1. O planejamento econômico-financeiro na empresa**

- 10.1.1. A importância do planejamento econômico-financeiro
- 10.1.2. Considerações gerais sobre a estratégia empresarial
- 10.1.3. O papel dos orçamentos no planejamento
- 10.1.4. Centros de controle da empresa e áreas de responsabilidade

10.2. Estrutura e processo orçamentário

- 10.2.1. O orçamento principal da empresa
 - 10.2.1.1. Orçamento operacional
 - 10.2.1.2. Orçamento de investimento/desinvestimento
- 10.2.2. Orçamento de caixa
- 10.2.3. Classificação e técnicas orçamentárias
 - 10.2.3.1. Orçamentos com base em zero

- 10.2.3.2. Orçamentação baseada em atividades
- 10.2.3.3. Orçamentos flexíveis
- 10.2.4. Erros a evitar no processo orçamentário

10.3. Etapas na elaboração de um orçamento operacional I

- 10.3.1. Orçamento de receitas
- 10.3.2. Orçamento de produção
 - 10.3.2.1. Determinação de estoques
 - 10.3.2.2. Orçamento de compras
 - 10.3.2.3. Mod

10.4. Etapas na elaboração de um orçamento operacional II

- 10.4.1. Orçamentos de distribuição
- 10.4.2. Orçamentos comerciais
- 10.4.3. Orçamentos de gastos gerais

10.5. O orçamento do capital

- 10.5.1. O orçamento de capital sob uma perspectiva contábil
- 10.5.2. Os empregos
- 10.5.3. Gatos de investimento
- 10.5.4. Necessidades líquidas de capital atual

- 10.5.5. As amortizações financeiras
- 10.5.6. Os recursos financeiros
- 10.5.7. Autofinanciamento
- 10.5.8. O financiamento externo
- 10.5.9. Recursos extraordinários

10.6. O orçamento de tesouraria

- 10.6.1. Demonstração do fluxo de caixa operacional
- 10.6.2. Declaração de fluxos de caixa de investimento/desinvestimento
- 10.6.3. Declaração dos fluxos de caixa das atividades de financiamento

10.7. A preparação das demonstrações financeiras intermediárias

- 10.7.1. A conta de lucros e perdas provisória
- 10.7.2. O balanço da previdência
- 10.7.3. A declaração do tesouro

10.8. Instrumentos e ferramentas de análise no controle orçamentário operacional

- 10.8.1. O uso de orçamento flexível para o cálculo de variações
- 10.8.2. Cálculo das variações para o volume, preço e eficiência dos itens
- 10.8.3. Cálculo de custos padrão e taxas orçamentadas

10.9. O controle orçamentário operacional através de casos práticos

- 10.9.1. Desvios no orçamento de vendas
- 10.9.2. Desvios em custos diretos
- 10.9.3. Desvios no orçamento de custos indiretos
- 10.9.4. Desvios no orçamento de custos indiretos fixos
- 10.9.5. Interpretação das variações

10.10. O orçamento da empresa e o painel de avaliação integral

- 10.10.1. Considerações gerais sobre a estratégia empresarial
- 10.10.2. O que é o painel de avaliação integral?
- 10.10.3. Elaboração do CMI e principais indicadores

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

11.8. Sistemas e ferramentas de 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

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 talento e de 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. Gestão de mudanças

- 12.7.1. Gestão de mudanças
- 12.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
- 12.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

12.8. Negociação e gestão de conflitos

- 12.8.1. Negociação
- 12.8.2. Gestão Conflitos
- 12.8.3. Gestão de Crise

12.9. Comunicação gerencial

- 12.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
- 12.9.2. Departamento de Comunicação
- 12.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)

12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos

- 12.10.1. Produtividade
- 12.10.2. 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 reter 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. Geral *Management*

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

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

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

15.3. Gestão operacional

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

15.4. Oratória e capacitação do porta-voz

- 15.4.1. Comunicação interpessoal
- 15.4.2. Habilidades de comunicação e influência
- 15.4.3. Obstáculos à comunicação

15.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais

- 15.5.1. A comunicação interpessoal
- 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 15.5.3. A comunicação na organização
- 15.5.4. Ferramentas na organização

15.6. Comunicação em situações de crise

- 15.6.1. Crise
- 15.6.2. Fases da crise
- 15.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos

15.7. Preparando um plano de crise

- 15.7.1. Análise de problemas potenciais
- 15.7.2. Planejamento
- 15.7.3. Adequação de pessoal

15.8. Inteligência emocional

- 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 15.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 15.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

15.9. Branding personal

- 15.9.1. Estratégias para o branding pessoal
- 15.9.2. Leis de branding pessoal
- 15.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

15.10. Liderança e gestão de equipes

- 15.10.1. Liderança e estilos de liderança
- 15.10.2. Competências e desafios do líder
- 15.10.3. Gestão de processos de Mudança
- 15.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais



“

Aproveite a oportunidade para se atualizar sobre os últimos avanços em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer)”

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.



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

Um método de aprendizagem inovador e diferen-

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.



Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios"

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

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



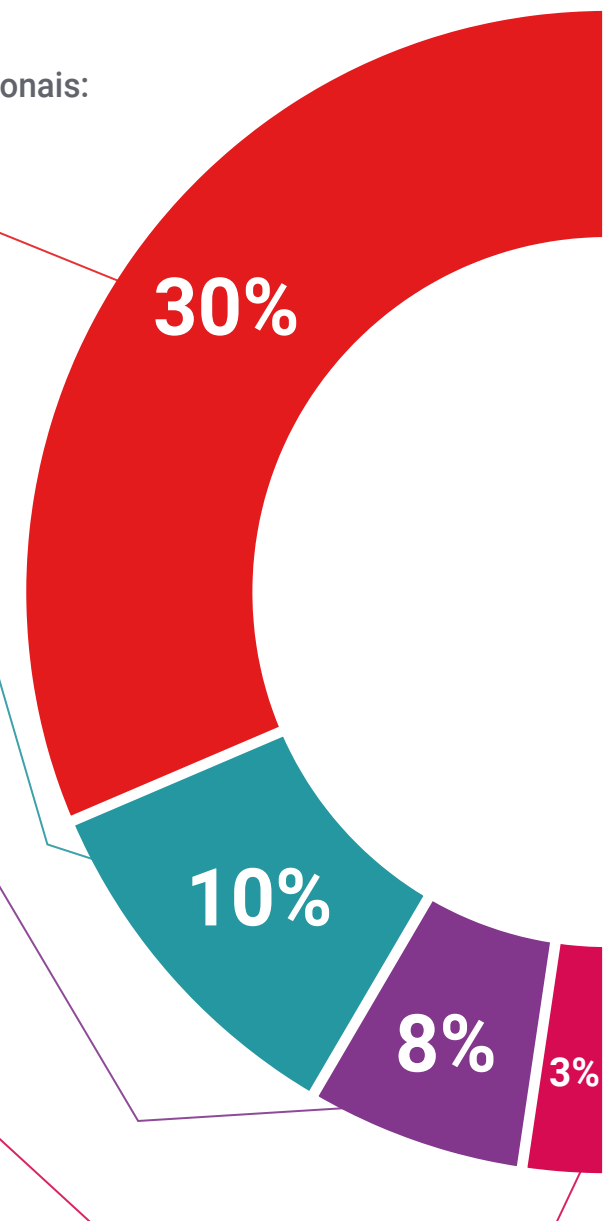
Práticas de habilidades gerenciais

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 Contábil (CAO, Chief Accounting Officer) é um programa destinado a profissionais especializados na gestão contábil, que pretendam atualizar seus conhecimentos e avançar em sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.





“

Se você tem experiência na área contábil e está buscando aprimorar sua carreira enquanto permanece trabalhando, este é o programa ideal para você”

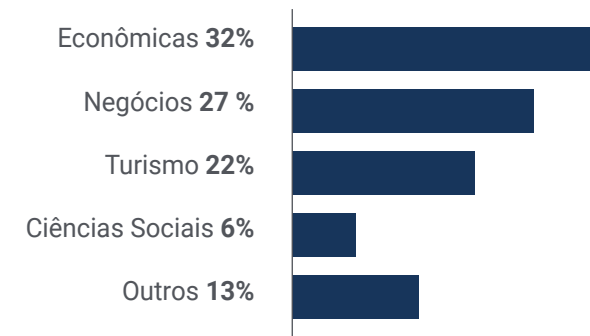
Média de idade

Entre **35** y **45** anos

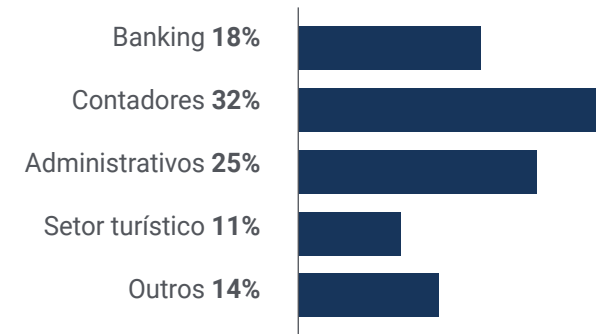
Anos de experiência



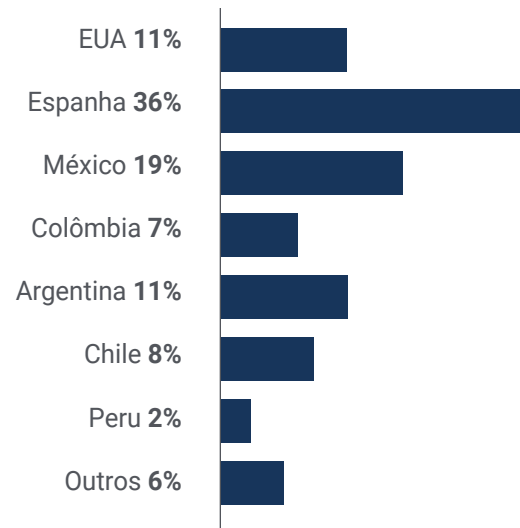
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Javier Suárez

Diretor de contabilidade em uma empresa multinacional

“Conciliar a realização de um programa deste tipo com o restante de suas obrigações diárias é uma tarefa complexa. Por esta razão, muitas pessoas não ousam assumir um compromisso de continuar com sua capacitação. Entretanto, a TECH oferece tudo o que você precisa para tornar seu estudo prático e eficaz: um formato 100% online e uma metodologia educacional inovadora. Concluindo, estou orgulhoso de ter dado esse passo para concretizar essa certificação”

09

Direção do curso

O equipe de professores deste programa conta com especialistas destacados em alta gestão contábil, cuja experiência adquirida durante vários anos de trabalho é somada a este programa. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio em áreas relacionadas participam da sua concepção e preparação, completando o MBA de forma interdisciplinar, tornando-se uma experiência acadêmica exclusiva e altamente enriquecedora para o aluno. Esta equipe de professores proporcionará ao aluno o conteúdo mais inovador e eficaz, contribuindo para o sucesso na área contábil.



“

*Nossa experiente equipe docente lhe mostrará
as últimas informações contábeis”*

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 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



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



Dra. Raquel Pérez Estébanez

- ♦ Doutorado em Ciências Econômicas e Empresariais
- ♦ Professor na Universidade Complutense de Madrid Desde 2016
- ♦ Autor de diversas publicações

Professores

Sra. Sara Bolinaga

- ♦ Advogada membro da Ordem dos Advogados de Madri
- ♦ Dupla graduação em Direito e Administração de Empresas pela Universidade Complutense de Madrid (UCM). 2009-2015
- ♦ Mestrado em Gestão Econômica Financeira pela Universidade a Distância de Madri (UDIMA) 2018-2019
- ♦ Técnico de Auditoria e Contabilidade Atualmente

Sr. Luis Martínez Laguna

- ♦ Professor-Colaborador de Ciências Econômicas e Empresariais no CEU-San Pablo
- ♦ Formado em Ciências Econômicas e Empresariais
- ♦ Estudos de Doutorado: Contabilidade e Auditoria
- ♦ Especialista em Pesquisa Comercial

Dr. Alberto Martínez de Silva

- ♦ Diretor de Controle de Gestão. Telefônica Espanha
- ♦ Gerente de Negócios Atacadista. Telefônica Internacional
- ♦ Doutor em Ciências Econômicas e Empresariais. Universidade Complutense
- ♦ Graduado em Ciências Econômicas e Empresariais. Universidade Complutense
- ♦ Pós-graduação em Desenvolvimento Gerencial Universidade de Navarra
- ♦ Professor do Departamento de Economia Financeira e Contabilidade Universidade Complutense
- ♦ Professor do Departamento de Economia Financeira e Contabilidade Universidade San Pablo

Dr. Ignacio López Domínguez

- ♦ Doutorado e Graduação em Ciências Econômicas e Empresariais, Universidade Autônoma de Madri
- ♦ Professor da Universidade Complutense de Madri (Departamento de Administração Financeira e Contabilidade)
- ♦ Coordenador acadêmico da disciplina Fundamentos da Gestão Financeira da Empresa
- ♦ Membro do conselho consultivo de várias revistas acadêmicas e científicas
- ♦ Colaborador regular de vários veículos de comunicação e palestrante regular sobre temas financeiros
- ♦ Autor de inúmeras publicações em sua área

Sr. Manuel Campuzano Vallés

- ♦ Colaborador externo na área de consultoria e capacitação para I.E.C.E., bem como para outras empresas de formação. Desde 2001
- ♦ Formado em Ciências Econômicas e Empresariais Universidade Autônoma de Madri, 1982
- ♦ Contador autorizado e membro do ROAC, após aprovação no exame de qualificação 1988
- ♦ Certificado de Aptidão Pedagógica (CAP) Instituto de Ciências da Educação da Universidade Complutense de Madri 2003
- ♦ Assessor para empresas na área financeira. Desde 2001
- ♦ Professor da área financeira no MBA, Mestrado em Direção e Gestão Financeira, Pós-graduação em Gestão Empresarial e Mestrado em Contabilidade e Controle de Gestão. EAE (Escola de Administração de Empresas) Desde 2011
- ♦ Professor Associado de Contabilidade de Custos e Financeira da Universidade Complutense de Madri Desde 2001

Sra. Noelia Vico Román

- Professora Associada Universidade San Pablo CEU Departamento de Economia de Empresa Desde 2020
- Formada em Administração de Empresas, especialista em Contabilidade e Auditoria Universidade Rey Juan Carlos, Madri 2003
- Diploma em Ciências Empresariais, especializado em Contabilidade e Análise Financeira (URJC–Madrid) 2001
- Mestrado em Formação de Professores do Ensino Fundamental (Economia e Administração de Empresas) Universidade Complutense de Madri 2017
- A Inteligência Emocional nas diferentes etapas educacionais (Magister -ANFAP -CSIF- 130 horas). 2017
- Técnico Especialista em Administração (IFP Isaac Peral-Torrejón de Ardoz) 1998

Sr. Miguel Ángel López Gómez

- Formado em Ciências Econômicas e Empresariais pela Universidade de Alicante
- Cursos de Doutorado em Economia pela Universidade Carlos III de Madri
- Cursos de Doutorado em Gestão Empresarial pela Universidade Autônoma de Madri
- Trabalhou como consultor financeiro para o Banco Santander, Intermoney, Citigroup, Techrules e SIAG.
- Ministrou cursos de treinamento para o Banco de Sabadell, Caja de Ahorros del Mediterráneo, Banco Cooperativo, Banco Pastor, etc.
- De 2009 a 2013 foi vice-diretor do Colégio Mayor-Residencia Antonio Machado da Universidade Carlos III de Madri





“

Contamos com o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível acadêmico”

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.

E por esta razão, a TECH coloca todos os seus esforços e ferramentas à sua disposição para que o profissional adquira as habilidades necessárias que lhe permitirão alcançar esta mudança



“

Nosso principal objetivo é ajudá-lo a alcançar a mudança profissional que você está procurando”

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

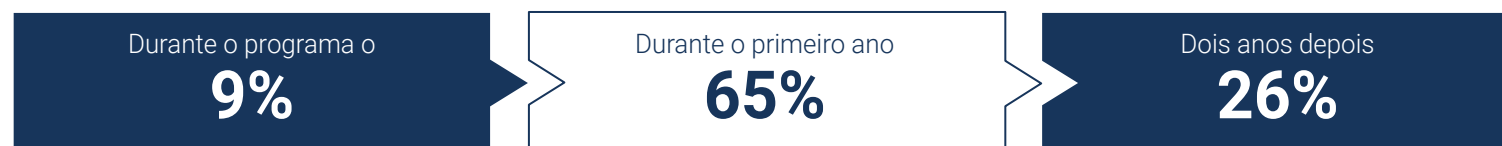
O MBA em Gestão Contábil (CAO, Chief Accounting Officer) da TECH é um programa intensivo que prepara o profissional para enfrentar desafios e decisões empresariais no âmbito contábil, tanto a nível nacional como internacional. Seu principal objetivo é impulsionar o crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

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

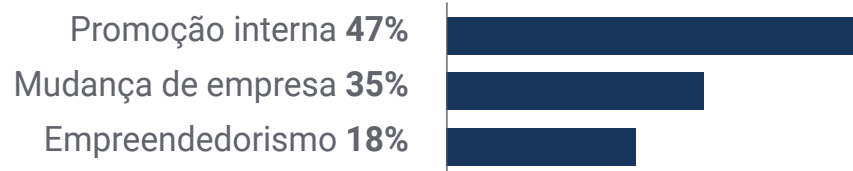
Atualize-se na gestão contábil e obtenha a qualificação profissional que você deseja.

Esta excelente capacitação proporcionada pela TECH é uma opção indispensável para melhorar a sua qualificação.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

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



11

Benefícios para a sua empresa

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





“

*Especialize-se na TECH e ofereça a sua empresa
uma perspectiva mais atualizada da gestão contábil”*

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 Contábil (CAO, Chief Accounting Officer) 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 Contábil (CAO, Chief Accounting Officer)** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

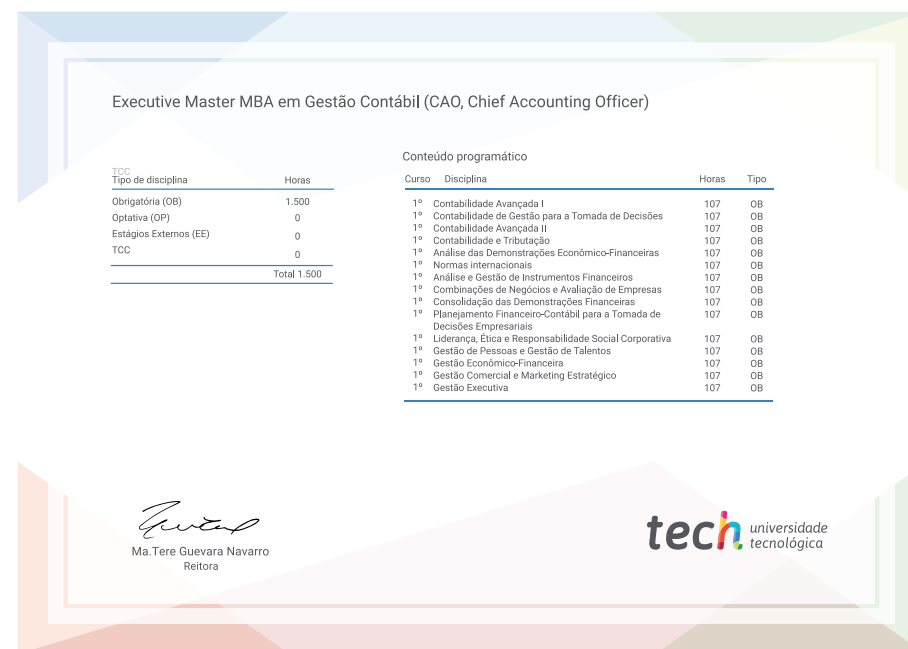
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 Contábil (CAO, Chief Accounting Officer)**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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



Executive Master

MBA em Gestão Contábil
(CAO, Chief Accounting Officer)

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

Executive Master

MBA em Gestão Contábil
(CAO, Chief Accounting Officer)