

# Executive Master

## MBA em Gestão Hoteleira

**M B A G H**



## Executive Master MBA em Gestão Hoteleira

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

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-hoteleira](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-hoteleira)

# Índice

01

Boas-vindas

---

*pág. 4*

02

Por que estudar na TECH?

---

*pág. 6*

03

Por que o nosso programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competências

---

*pág. 20*

06

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 26*

07

Metodologia

---

*pág. 42*

08

Perfil dos nossos alunos

---

*pág. 50*

09

Direção do curso

---

*pág. 54*

10

Impacto para a sua carreira

---

*pág. 72*

11

Benefícios para a sua empresa

---

*pág. 76*

11

Certificado

---

*pág. 80*

# 01

# Boas-vindas

A gestão hoteleira deve se concentrar na organização e distribuição correta dos recursos para garantir que os clientes tenham uma experiência inesquecível que os torne promotores de nosso estabelecimento, através de técnicas publicitárias e promocionais como o boca-a-boca, convertendo-os em clientes fieis. Esta é uma das melhores maneiras de alcançar o sucesso de um estabelecimento hoteleiro, mas é indispensável que os responsáveis pelo estabelecimento tenham um excelente conhecimento do setor. Através deste programa de estudos, você dominará as técnicas e ferramentas para a gestão hoteleira e promoção turística. Uma jornada acadêmica que você realizará sob a orientação de profissionais do setor, que o guiarão durante todo o processo e transmitirão toda sua experiência profissional.



Executive Master MBA em Gestão Hoteleira  
TECH Universidade Tecnológica



“

*Especialize-se na gestão hoteleira e ofereça experiências inesquecíveis a seus hóspedes”*

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.



## 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"*

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.

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 de estudos foi elaborado para fortalecer as habilidades de gestão e liderança na área de turismo, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais em seu desenvolvimento profissional. Após o programa, você será capaz de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional.



“

*Um de nossos principais objetivos é ajudar você a desenvolver as habilidades essenciais para administrar estrategicamente o negócio hoteleiro e turístico”*

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

O Executive Master MBA em Gestão Hoteleira capacitará o aluno para:

01

Compreender os conceitos básicos do turismo em relação à história, economia, cultura, sociedade e sustentabilidade

04

Aprender sobre os canais de distribuição do turismo, os intermediários e agentes que compõem distribuição turística

02

Conhecer a evolução do turismo nos diferentes cenários em que ele se desenvolve e no contexto atual

03

Estudar a estrutura dos mercados de turismo e suas consequências sobre a dimensão social, econômica e ambiental

05

Conhecer a evolução dinâmica dos processos de intermediação turística em relação às novas tecnologias



06

Estudar o processo de intermediação turística baseado no comércio eletrônico e os processos de integração e concentração de empresas nas atuais vendas e marketing turístico.

08

Proporcionar ao aluno uma visão prática das diferentes áreas da administração de hotéis e restauração



07

Analisar os impactos do ponto de vista dos fornecedores e clientes sobre o uso da Internet como intermediário turístico

09

Aprenda sobre a administração e técnicas de gestão de empresas hoteleiras e de restauração.

10

Adquirir as habilidades e competências necessárias para assumir responsabilidades, a partir de cargos de gerência, relacionados à gestão e organização de empresas hoteleiras e de restauração.

11

Compreender os elementos que fazem parte das operações e processos de produção no setor de turismo e o funcionamento dos sistemas de produção em diferentes empresas de turismo

14

Compreender a natureza dinâmica e evolutiva do turismo e sua relação com a criação de novos produtos turísticos de acordo com a demanda atual e as novas tendências

12

Compreender os processos e procedimentos necessários para gerir a operação da oferta turística complementar



13

Conhecer em profundidade os processos de produção, em particular o uso turístico de navios de cruzeiro, aeroportos e companhias aéreas, e resorts esportivos, com um profundo conhecimento de seus procedimentos operacionais e gestão de operações

15

Conhecer as fontes oficiais de informação que a Administração Pública disponibiliza para a consulta de normas e resoluções em matéria de turismo

16

Adquirir as habilidades necessárias para ser capaz de discernir criticamente as questões legais em várias situações que surgem na gestão do turismo

18

Conhecer a legislação atual sobre protocolo, sua interpretação e sua aplicação na organização de eventos

19

Compreender as etapas de criação e operação de pequenas e médias empresas, com aplicação específica ao setor de turismo

17

Conhecer as funções do organizador do evento, suas funções e as implicações para a organização e produção

20

Compreender a importância da fidelização do cliente para produtos turísticos e marketing de relacionamento



# 05 Competências

Após passar nas avaliações do MBA em Gestão Hoteleira, o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma praxis de qualidade e atualizada, baseada na metodologia didática mais inovadora



“

*Adquirir as competências necessárias para realizar uma correta gestão hoteleira”*

01

Tomar decisões sobre produtos, distribuição, comunicação e internacionalização

02

Conduzir adequadamente uma análise SWOT

03

Aplicar a atual abordagem de gestão estratégica às empresas de turismo para chegar à formulação e implementação das estratégias mais apropriadas para cada tipo de empreendimento turístico

04

Utilizar diferentes estratégias de marketing



05

Definir os objetivos estratégicos da organização de eventos com base em suas necessidades internas, demandas externas, a natureza da instituição e sua situação; elaborando estratégias de planejamento de eventos

06

Usar a orientação ao marketing ou ao consumidor no processo de tomada de decisão da empresa de turismo

07

Organizar e saber utilizar informações de diferentes contextos para avaliar os efeitos do ambiente legal na gestão do turismo

08

Analisar e estudar os procedimentos necessários para a criação de pacotes turísticos nas empresas da oferta complementar e sua comercialização como uma estratégia para a dessazonalização do turismo



09

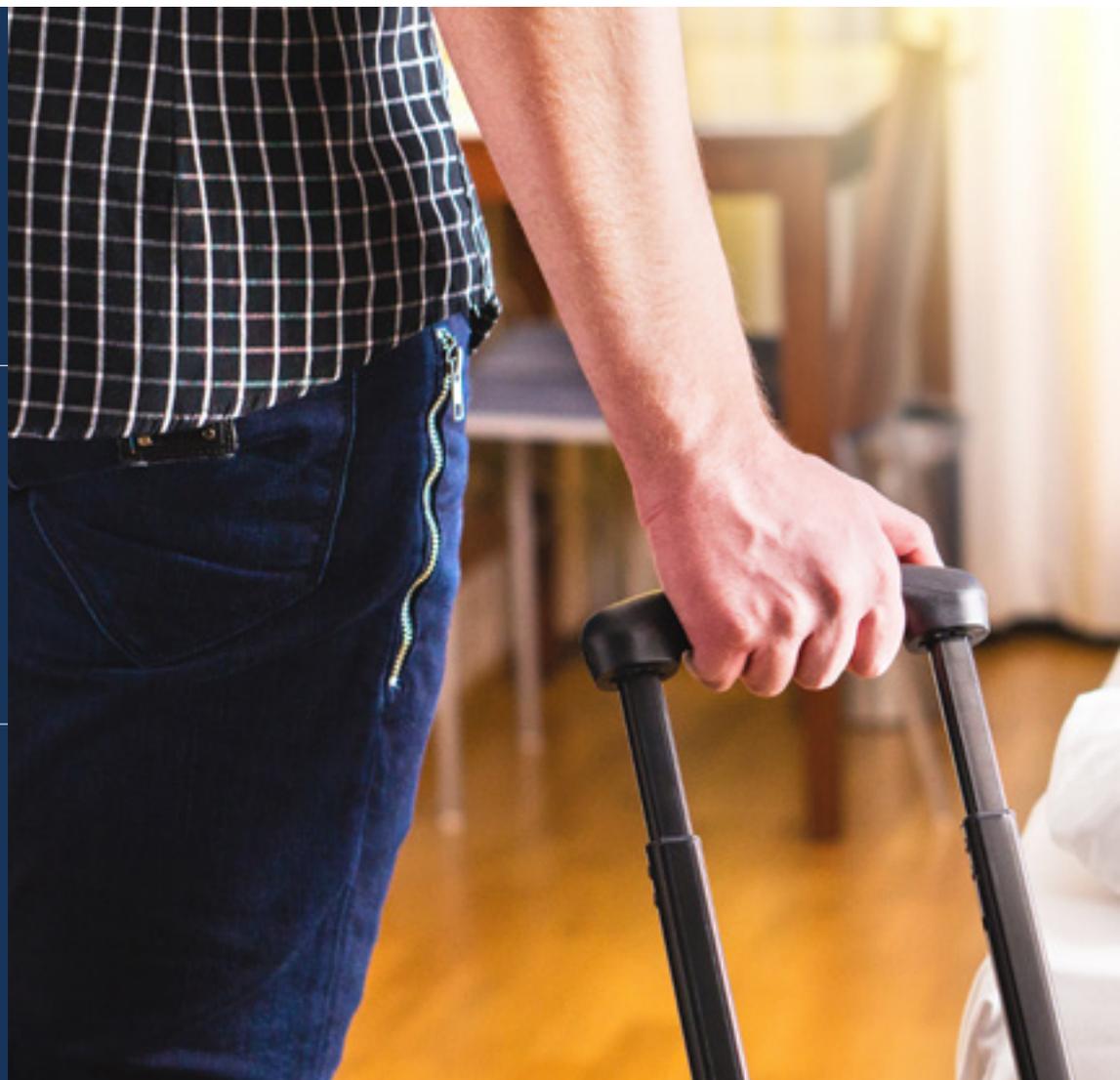
Elaborar estratégias e políticas desenvolvidas a partir da função de gestão levando em conta o conhecimento profundo de cada um dos departamentos que compõem a gestão de hotéis e restauração

10

Explorar os vários subsetores de turismo e como eles operam em destinos turísticos globais

11

Analisar os modelos de inovação e padronização em torno dos processos criativos de inovação





12

Gerenciar as etapas para a elaboração de um manual interno de organização e protocolo de eventos, e sua aplicação à realidade das organizações

13

Analisar os padrões internacionais de turismo

14

Gerenciar adequadamente um estabelecimento hoteleiro ou uma empresa de restauração

# 06

## Estrutura e conteúdo

O MBA em Gestão Hoteleira é um programa de estudos feito sob medida entregue 100% online. Desta forma, você pode escolher a hora e o lugar que melhor se adapte à sua disponibilidade, horário e interesses, tornando o aprendizado mais eficaz.

Um programa de estudos que se desenvolve durante 12 meses e pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para seu sucesso profissional como profissional de turismo.



“

*Nosso currículo é projetado para proporcionar a você uma capacitação que eleva seus conhecimentos aos mais altos padrões de qualificação"*

## Plano de estudos

O MBA em Gestão Hoteleira da TECH Universidade Tecnológica é um plano de estudos intenso que prepara o profissional para enfrentar desafios e decisões empresariais tanto em âmbito nacional como internacional. Seu conteúdo foi elaborado para estimular o desenvolvimento das habilidades gerenciais, permitindo uma tomada de decisão com maior rigor em ambientes de incerteza.

Ao longo de 2.700 horas de estudo, você analisará uma infinidade de casos práticos através do trabalho individual, obtendo um processo de aprendizado profundo que lhe permitirá colocar em prática todos os conteúdos estudados. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este MBA em Gestão Hoteleira aborda em profundidade as diferentes áreas da empresa e é projetado para especializar os executivos que entendem a gestão hoteleira a partir de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano projetado para o graduado, focado em seu aperfeiçoamento profissional e que irá prepará-lo para alcançar a excelência na gestão e gestão de negócios no campo do turismo. Um programa que entende as suas necessidades e as da sua empresa, através de um conteúdo inovador baseado nas últimas tendências, apoiado pela melhor metodologia pedagógica e por uma faculdade excepcional, que lhe dará as habilidades para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Este programa é realizado em 12 meses e está dividido em 14 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Estrutura dos mercados de turismo
<b>Módulo 2</b>	Canais de distribuição turística
<b>Módulo 3</b>	Gestão hoteleira e restauração
<b>Módulo 4</b>	Gestão de qualidade e inovação no turismo
<b>Módulo 5</b>	Gestão de Operações Turísticas
<b>Módulo 6</b>	Direito e legislação turística
<b>Módulo 7</b>	Organização de congressos, eventos e protocolo
<b>Módulo 8</b>	Organização e Gestão de Empresas
<b>Módulo 9</b>	Gestão Comercial e Marketing
<b>Módulo 10</b>	Fundamentos da contabilidade
<b>Módulo 11</b>	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
<b>Módulo 12</b>	Gestão de Pessoas e Talentos
<b>Módulo 13</b>	Gestão Econômico-Financeira
<b>Módulo 14</b>	Gestão Executiva

### Onde, quando e como é ensinado?

A TECH Ihe oferece a possibilidade de realizar este programa completamente online. Durante os 12 meses de capacitação você poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que Ihe permite gerenciar o seu tempo de estudo.

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



**Módulo 1. Estrutura dos mercados de turismo**

**1.1. Introdução ao turismo**

- 1.1.1. Conceito de turismo, origem e evolução
- 1.1.2. Definições de turismo
- 1.1.3. Tipos de turismo
- 1.1.4. Ciclo de vida do produto turístico
- 1.1.5. Gestão Hoteleira e Turismo

**1.2. Turismo no tempo**

- 1.2.1. História do turismo até o século XX
- 1.2.2. Turismo contemporâneo (século XX e XXI)
- 1.2.3. Evolução do turismo na Espanha

**1.3. Planejamento turístico**

- 1.3.1. O processo de planejamento do espaço turístico
- 1.3.2. Instrumentos de planejamento do turismo: o Plano de Desenvolvimento do Turismo (PDT)
- 1.3.3. Sustentabilidade como critério para o planejamento do turismo

**1.4. Economia do turismo**

- 1.4.1. O processo de produção do turismo
- 1.4.2. A importância da economia efeitos econômicos do turismo
- 1.4.3. Balança de pagamentos do turismo

**1.5. Fluxos turísticos**

- 1.5.1. Fluxos turísticos internacionais
- 1.5.2. Turismo na Espanha
- 1.5.3. Destinos turísticos e mercados de origem

**1.6. Demanda turística**

- 1.6.1. Cálculo da demanda de turística
- 1.6.2. Turismo receptivo
- 1.6.3. Turismo de saída
- 1.6.4. Fatores que condicionam a demanda turística
- 1.6.5. Sazonalidade da demanda
- 1.6.6. Tendências na demanda turística

**1.7. A oferta turística**

- 1.7.1. Análise da oferta turística
- 1.7.2. Oferta de recursos turísticos: naturais e culturais
- 1.7.3. A oferta turística em relação às inovações tecnológicas: novos modelos de negócio
- 1.7.4. Gestão Hoteleira e Turismo aplicado à Oferta Turística

**1.8. A empresa de turismo**

- 1.8.1. Conceito de empresa de turismo
- 1.8.2. Tipos de empresas de turismo
- 1.8.3. O ambiente empresarial do turismo

**1.9. Introdução aos principais subsetores do turismo**

- 1.9.1. Setor hoteleiro
- 1.9.2. Setor de restauração
- 1.9.3. Agências de viagem e operadores turísticos
- 1.9.4. Transporte Aéreo
- 1.9.5. Serviços complementares

**1.10. Estrutura dos mercados de turismo**

- 1.10.1. Estrutura do Mercado Mundial do Turismo: Globalização
- 1.10.2. Estrutura do mercado de turismo Internacional
- 1.10.3. Estrutura do mercado de turismo nacional
- 1.10.4. Estrutura do mercado de turismo regional

**Módulo 2. Canais de distribuição turística****2.1. Distribuição turística**

- 2.1.1. Especificidade do setor turístico
- 2.1.2. *O Prosumer*
- 2.1.3. Fatores da distribuição turística atual: as forças da concorrência

**2.2. Introdução à distribuição turística**

- 2.2.1. Marketing turístico: intermediários comerciais
- 2.2.2. O sistema de distribuição no setor do turismo
- 2.2.3. Funções dos intermediários no sistema de distribuição de turismo

**2.3. Canais de distribuição no setor do turismo**

- 2.3.1. Natureza dos canais de distribuição
- 2.3.2. Funções dos canais de distribuição
- 2.3.3. Critérios de seleção de canais de distribuição
- 2.3.4. Tipologia de intermediários no setor do turismo

**2.4. Intermediários comerciais**

- 2.4.1. Agências de viagem na distribuição de turismo
- 2.4.2. Tipologia de agência de viagens
- 2.4.3. Mudanças no posicionamento das agências de viagens

**2.5. Operadores de turismo na distribuição turística**

- 2.5.1. O papel dos de Operadores Turísticos na distribuição turística
- 2.5.2. Tipologia dos operadores turísticos
- 2.5.3. Situação atual

**2.6. GDS e CRS na distribuição turística**

- 2.6.1. O papel do GDS e do CRS na distribuição do turismo
- 2.6.2. O GDS como paradigma da situação atual

**2.7. Centrais de reservas na distribuição de turismo**

- 2.7.1. O papel das centrais de reservas na distribuição do turismo
- 2.7.2. Tipologia de centrais de reservas
- 2.7.3. Situação atual

**2.8. Intermediação turística no momento atual**

- 2.8.1. O impacto do comércio eletrônico sobre a estrutura da indústria do turismo
- 2.8.2. Impacto das novas tecnologias nos provedores de turismo
- 2.8.3. Intermediários turísticos: desafios e estratégias para o comércio eletrônico
- 2.8.4. O consumidor turístico e o comércio eletrônico

**2.9. Integração na distribuição turística**

- 2.9.1. Modalidades na integração empresarial
- 2.9.2. Integração vertical no setor do turismo
- 2.9.3. Integração horizontal no setor do turismo

**2.10. Estratégias na intermediação de serviços de lazer-turismo**

- 2.10.1. As variáveis estratégicas: orientação ao fornecedor e ao cliente
- 2.10.2. Orientação ao fornecedor
- 2.10.3. Orientação ao cliente

**Módulo 3. Gestão hoteleira e restauração**

**3.1. Hospedagem ontem e hoje**

- 3.1.1. História Antiga
- 3.1.2. Desde a Idade Média até o século XIX
- 3.1.3. O setor hoteleiro na atualidade

**3.2. Acomodação turística**

- 3.2.1. Conceito e classes de alojamentos turísticos
- 3.2.2. Estabelecimentos extra hoteleiros
- 3.2.3. Estabelecimentos hoteleiros
- 3.2.4. Sistema espanhol de classificação de hotéis
- 3.2.5. Sistema europeu de classificação de hotéis

**3.3. Estrutura das empresas hoteleiras**

- 3.3.1. Organograma de um hotel
- 3.3.2. Tipologia de hotéis
- 3.3.3. Redes de hotéis
- 3.3.4. Operações básicas de gestão hoteleira
- 3.3.5. Análise departamental do hotel

**3.4. Departamentos de recepção, pisos e manutenção**

- 3.4.1. Departamentos de recepção e portaria
- 3.4.2. Departamentos de pisos e lavanderia
- 3.4.3. Departamento de manutenção

**3.5. Gestão Comercial**

- 3.5.1. Departamento Comercial
- 3.5.2. Departamento de Comunicação
- 3.5.3. *Gestão da receita*
- 3.5.4. Tecnologia aplicada a empresas de hospedagem

**3.6. Departamento de Administração e contabilidade**

- 3.6.1. Orçamento e controle orçamentário
- 3.6.2. Análise de investimento
- 3.6.3. Índices de hotéis

**3.7. Departamento de restauração dentro do alojamento turístico**

- 3.7.1. Restaurante, cozinha e comissaria
- 3.7.2. Gastronomia e enologia
- 3.7.3. Abastecimento e armazenamento
- 3.7.4. Organização e serviço de cozinha
- 3.7.5. Organização e serviço de quartos

**3.8. Empresas de restauração**

- 3.8.1. Conceito e modalidades de empresas de restauração
- 3.8.2. Produto e instalações de empresas de restauração
- 3.8.3. Custos na restauração
- 3.8.4. Os subsistemas real ou físico e financeiro em empresas de restauração
- 3.8.5. Administração de empresas de restauração e gestão de pessoal

**3.9. Serviços de restauração**

- 3.9.1. Conceitos de serviço de restaurante
- 3.9.2. Relação entre mercado, conceito e menu
- 3.9.3. Conceitos comerciais de serviço de restaurante
- 3.9.4. Restaurantes comerciais dentro de outras empresas

**3.10. Planejamento de vendas e reuniões no setor de restauração**

- 3.10.1. Marketing
- 3.10.2. Venda a grupos
- 3.10.3. Serviço a grupos: Catering/Banquetes
- 3.10.4. Vendas individuais
- 3.10.5. Tendências

**Módulo 4. Gestão de qualidade e inovação no turismo****4.1. Gerenciamento da Qualidade de Serviço**

- 4.1.1. Qualidade dos Serviços
- 4.1.2. Características e dimensões da qualidade do serviço
- 4.1.3. Qualidade da perspectiva do cliente. Níveis de qualidade

**4.2. Gestão da qualidade do turismo**

- 4.2.1. Conceitos básicos de gestão de qualidade
- 4.2.2. Sistemas de gestão de qualidade
- 4.2.3. Qualidade como ferramenta de gestão
- 4.2.4. Sistemas de Gestão da Qualidade
- 4.2.5. Sistemas de gestão de qualidade Total
- 4.2.6. Normalização de qualidade nacional e internacional

**4.3. Introdução à Qualidade: conceitos e evolução**

- 4.3.1. Qualidade de serviço no setor do turismo
- 4.3.2. Conceitos de qualidade
- 4.3.3. Evolução do conceito de qualidade
- 4.3.4. Dimensões e princípios do conceito de qualidade
- 4.3.5. O processo de qualidade para clientes internos e externos

**4.4. Principais teorias de Qualidade**

- 4.4.1. Teorias de qualidade aplicadas para o setor de turismo
- 4.4.2. Gestão da Qualidade Total (Deming)
- 4.4.3. Gestão da Qualidade Total (Juran)
- 4.4.4. Gestão da Qualidade Total (Crosby)
- 4.4.5. Gestão da Qualidade Total (Feigenbaum)
- 4.4.6. Gestão da Qualidade Total (Ishikawa)
- 4.4.7. Gestão da Qualidade Total (Taguchi)
- 4.4.8. Gestão da Qualidade Total (TQM) aplicada ao setor de turismo para o setor de turismo

**4.5. Custos de qualidade nas empresas de turismo**

- 4.5.1. Conceito e classificação dos custos associados à qualidade
- 4.5.2. Custos decorrentes de falhas
- 4.5.3. Reversão das atividades de prevenção
- 4.5.4. Custos gerados pelo monitoramento e avaliações
- 4.5.5. Custos gerados pelo monitoramento e avaliações
- 4.5.6. A importância da gestão de custos de qualidade no negócio do turismo

**4.6. Análise, diagnóstico, planejamento e controle de qualidade no turismo**

- 4.6.1. O processo do serviço de turismo de qualidade
- 4.6.2. Design e implantação de um sistema de qualidade em uma empresa de turismo
- 4.6.3. Fases do processo de implementação de um Sistema de Qualidade

**4.7. Processos para implementação de um sistema de qualidade e meio ambiente**

- 4.7.1. Interpretação da Norma
- 4.7.2. Implementação de processos e manuais de qualidade
- 4.7.3. Ferramentas de qualidade
- 4.7.4. Plano de melhoria
- 4.7.5. Auditoria interna e externa

**4.8. Qualidade Turística**

- 4.8.1. Qualidade na política de turismo estatal e regional
- 4.8.2. Sistema Espanhol de Qualidade Turística
- 4.8.3. Instituto Espanhol da Qualidade do Turismo: normalização e certificação
- 4.8.4. Normas UNE e ISO em qualidade turística
- 4.8.5. Normas de qualidade do turismo internacional

**4.9. Gestão de qualidade em serviços de turismo**

- 4.9.1. Qualidade do serviço de turismo e percepção do cliente
- 4.9.2. Técnicas para descobrir a satisfação do cliente
- 4.9.3. Gestão da Reputação Online de sugestões e reclamações
- 4.9.4. Modelo SERVQUAL aplicado à empresa de turismo
- 4.9.5. Modelo HOTELQUAL

**4.10. Inovação no setor do turismo**

- 4.10.1. Gestão da inovação
- 4.10.2. Introdução à inovação
- 4.10.3. Tipos de inovação Inovação em processos de gestão
- 4.10.4. Gestão da inovação: Estratégias
- 4.10.5. Normalização em I+D+I

**Módulo 5. Gestão de Operações Turísticas**

**5.1. A empresa turística como sistema**

- 5.1.1. O universo interno e externo da empresa
- 5.1.2. Conceito de sistema e subsistema
- 5.1.3. Produção
- 5.1.4. Diversas abordagens para o conceito de produção
- 5.1.5. Função de produção
- 5.1.6. Objetivos da empresa x. produção
- 5.1.7. A produção de empresas de serviços
- 5.1.8. Indústria e serviços: Por que a diferenciação?
- 5.1.9. Cinco características da produção na empresa de serviços
- 5.1.10. Produção em empresas de turismo

**5.2. Operações e processos de produção no setor do turismo**

- 5.2.1. Conceitos essenciais: operações, processos, métodos, procedimentos, sistemas, modelagem e previsão
- 5.2.2. Duas variáveis essenciais para o turismo: espaço e tempo.
- 5.2.3. Mapa dos quatro fatores de influência: meio ambiente, estabelecimento, modelo de gestão e recursos humanos

**5.3. Processos de produção em empresas de transporte**

- 5.3.1. O transporte e seu posicionamento na atividade turística
- 5.3.2. Modalidades das empresas de transporte: aviação comercial, transporte ferroviário, rodoviário e aquaviário
- 5.3.3. Operações do subsetor de transporte Análise das principais atividades: características e peculiaridades: aéreo, ferroviário, rodoviário e aquaviário

**5.4. Gestão de operações de cruzeiros**

- 5.4.1. Introdução, contexto turístico. Desenvolvimento no turismo de cruzeiros
- 5.4.2. Razões para conversão em produto turístico
- 5.4.3. Transporte aquaviário: características, portos e tipos de portos
- 5.4.4. Modalidades e serviços no transporte marítimo, principais empresas marítimas
- 5.4.5. Transporte marítimo regular Transporte discricionário ou turístico
- 5.4.6. Características do produto de cruzeiros, termos náuticos e classes de navios Características dos navios de cruzeiro
- 5.4.7. Termos náuticos
- 5.4.8. Os cruzeiros: características, serviços, reservas e tarifas
- 5.4.9. Principais companhias de navegação, classificação Classificação das companhias de navegação
- 5.4.10. Tendências no turismo de cruzeiros

**5.5. Procedimentos operacionais para navio de cruzeiro no porto**

- 5.5.1. Vocabulário específico
- 5.5.2. Agentes de navegação
- 5.5.3. Serviço Portuário para Passageiros de Cruzeiro em Trânsito
- 5.5.4. Procedimentos operacionais para embarcações, operações de amarração e desamarração
- 5.5.5. Processos de desenho e composição do itinerário
- 5.5.6. Canais de distribuição
- 5.5.7. Convenções marítimas internacionais, regulamentos

**5.6. Gestão de operações aeroportuárias e aéreas**

- 5.6.1. Introdução às atividades de aviação
- 5.6.2. Companhias aéreas tradicionais e *low cost*
- 5.6.3. Operações Aéreas Carga e descarga Manifestos de passageiros
- 5.6.4. Aeroportos Classificação
- 5.6.5. Ajudas à navegação VOR, ILS (Instrumented Landing System), GWPS
- 5.6.6. Características, termos aeronáuticos e tipos de aeronaves
- 5.6.7. ICAO International Civil Aviation Organization
- 5.6.8. Acidentes de aviação Operações de investigação. Conselhos de Investigação

**5.7. Oferta turística complementar**

- 5.7.1. Conceito e tipologias de oferta turística complementar
- 5.7.2. Oferta esportiva: estâncias de esqui, marinas e campos de golfe
- 5.7.3. Parques Naturais
- 5.7.4. Parques temáticos
- 5.7.5. Empresas especializadas na oferta cultural e de congressos, convenções e feiras comerciais (MICE)

**5.8. Processos de produção em empresas de lazer**

- 5.8.1. Empresas de turismo esportivo: resorts de esqui, marinas, e estâncias à vela, campos de golfe, etc
- 5.8.2. Empresas de turismo de aventura
- 5.8.3. Turismo em áreas naturais protegidas
- 5.8.4. Parques temáticos
- 5.8.5. Oferta cultural

**5.9. Gestão de operações de resorts esportivos**

- 5.9.1. A indústria esportiva como atração turística
- 5.9.2. Resorts esportivos Categoria:
- 5.9.3. Organização de um resort esportivo Departamentos
- 5.9.4. Gestão de campos de golfe: decisões táticas e operacionais
- 5.9.5. A importância da gestão de talentos

**5.9.6. As operações e processos do departamento de golfe**

- 5.9.7. As operações e processos do departamento de futebol
- 5.9.8. As operações e processos do departamento de outros esportes
- 5.9.9. Manutenção de superfícies esportivas
- 5.9.10. Gestão inteligente e sustentável da água para superfícies esportivas

**5.10. Marketing de resorts esportivos**

- 5.10.1. Marketing focado em equipes e clubes esportivos de alto nível
- 5.10.2. Feiras e eventos internacionais
- 5.10.3. Redes sociais Produção de conteúdo próprio para eventos esportivos
- 5.10.4. Inovação em resorts esportivos
- 5.10.5. Operações no departamento comercial de resorts esportivos

**5.10.6. Comercialização de campos de golfe**

- 5.10.7. Comercialização de equipamentos de futebol Hospedagem, acampamentos e alimentação
- 5.10.8. Comercialização de outros esportes

**Módulo 6.** Direito e legislação turística**6.1. Introdução**

- 6.1.1. Introdução
- 6.1.2. Conceito de turismo
- 6.1.3. Conceito de lei de turismo
- 6.1.4. Legislação turística

**6.2. O direito**

- 6.2.1. O sistema de fontes
- 6.2.2. Conceito de Direito
- 6.2.3. Sistema de fontes Hierarquia regulatória
- 6.2.4. A lei, o conceito e as classes
- 6.2.5. A Constituição Espanhola

**6.3. Características**

- 6.3.1. O costume: conceito, requisitos e classes
- 6.3.2. Princípios gerais do direito
- 6.3.3. Jurisprudência e analogia
- 6.3.4. Eficácia, ignorância e evasão da lei

**6.4. Instituições Fundamentais de Direito Civil**

- 6.4.1. Direito civil: conceito e classes
- 6.4.2. A pessoa física e jurídica
- 6.4.3. A obrigação
- 6.4.4. Os contratos

**6.5. A empresa, o empresário e o operador econômico organizado. Empresas comerciais**

- 6.5.1. Direito comercial Conceito
- 6.5.2. Fontes do Direito Comercial
- 6.5.3. Empresa e empresário
- 6.5.4. O empreendedor social

**6.6. A legislação turística: distribuição de competências entre o Estado e as Comunidades Autônomas em matéria turística**

- 6.6.1. A administração turística Funções
- 6.6.2. Divisão de competências no campo do turismo

**6.7. Os temas do turismo Alojamentos turísticos I: estabelecimentos hoteleiros**

- 6.7.1. Introdução: conceito e classificação dos alojamentos turísticos
- 6.7.2. Estabelecimentos hoteleiros
- 6.7.3. Base de classificação dos estabelecimentos hoteleiros
- 6.7.4. Primeiro grupo - hotéis
- 6.7.5. Segundo grupo - hotéis apartamento
- 6.7.6. Terceiro grupo - pensões
- 6.7.7. Terceiro grupo - pensões
- 6.7.8. As exigências do diretor

**6.8. Os temas do turismo Hospedagem turística II: estabelecimentos não hoteleiros**

- 6.8.1. Apartamentos turísticos
- 6.8.2. Acampamentos de turismo
- 6.8.3. Alojamentos rurais

**6.9. A atividade administrativa de limitação no campo do turismo. Inspeção turística**

- 6.9.1. Controle administrativo do turismo
- 6.9.2. Base e natureza do poder da inspeção turística
- 6.9.3. O inspetor de turismo
- 6.9.4. Planos e ferramentas de inspeção

**6.10. Contratos de turismo em particular Regulamento e conteúdo**

- 6.10.1. Contratos turísticos Aspectos gerais
- 6.10.2. Contrato de viagem organizada
- 6.10.3. Contrato de aquisição de direitos de timeshare de imóveis para uso turístico
- 6.10.4. Contrato de serviços individuais
- 6.10.5. Contrato de reserva contingente
- 6.10.6. Contrato de seguro para turistas
- 6.10.7. Contrato de hospedagem
- 6.10.8. Contrato de gestão hoteleira

**Módulo 7. Organização de congressos, eventos e protocolo**

**7.1. Considerações gerais**

- 7.1.1. O papel do organizador do evento
- 7.1.2. Características da associação e das reuniões de negócios
- 7.1.3. O processo administrativo das reuniões

**7.2. Processo administrativo do responsável pela organização de eventos**

- 7.2.1. Previsão
- 7.2.2. Planejamento
- 7.2.3. Organização
- 7.2.4. Direção
- 7.2.5. Controles

**7.3. Planejamento de eventos**

- 7.3.1. Listas de verificação
- 7.3.2. Áreas e estágios de registro e controle
- 7.3.3. Tipos de eventos
- 7.3.4. Principais áreas de responsabilidade

**7.4. O protocolo oficial espanhol**

- 7.4.1. Definições, regras de ouro e regras fundamentais
- 7.4.2. Organização das bandeiras
- 7.4.3. Hierarquia dos ministérios e conselhos de uma comunidade autônoma
- 7.4.4. Organização das CAs

**7.5. Organização de um evento protocolar**

- 7.5.1. Fases na organização de um evento
- 7.5.2. Elaboração de cartazes e convites
- 7.5.3. O programa e seus elementos

**7.6. Percepções atuais sobre organização de eventos, protocolo e relações institucionais**

- 7.6.1. O chefe de protocolo de uma instituição
- 7.6.2. Funções e critérios básicos na atuação do Departamento de Produção de Eventos e/ou Protocolo

**7.7. A organização de eventos nas empresas**

- 7.7.1. Motivos para o surgimento do protocolo da empresa
- 7.7.2. Gerenciamento misto
- 7.7.3. Normas herdadas das tradições e legislação

**7.8. O manual interno para a organização de eventos na empresa**

- 7.8.1. Critérios básicos do manual de protocolo da empresa

**7.9. Organização de eventos nas Universidades**

- 7.9.1. Origens do cerimonial universitário
- 7.9.2. Elementos básicos da simbologia e cerimonial nas universidades
- 7.9.3. Precedentes universitários

**7.10. Refeições e banquetes**

- 7.10.1. Técnicas de organização
- 7.10.2. Tipos de mesas e regras de comportamento na hora das refeições
- 7.10.3. Montagens e diagramas

**Módulo 8. Organização e Gestão de Empresas**

<b>8.1. A empresa e seus elementos</b> 8.1.1. O conceito de empresa 8.1.2. Funções e classificações dos objetivos comerciais 8.1.3. Empreendedorismo 8.1.4. Tipos de empresa	<b>8.2. A empresa como sistema</b> 8.2.1. Conceitos do sistema 8.2.2. Os modelos 8.2.3. Subsistema da empresa 8.2.4. Subsistema de valores	<b>8.3. O ambiente empresarial</b> 8.3.1. Ambiente e valor 8.3.2. Ambiente geral 8.3.3. Ambiente específico 8.3.4. Ferramentas de análise	<b>8.4. A função diretiva</b> 8.4.1. Conceitos básicos 8.4.2. O que é dirigir 8.4.3. A tomada de decisões 8.4.4. Liderança
<b>8.5. Planejamento empresarial</b> 8.5.1. Plano empresarial 8.5.2. Elementos do planejamento 8.5.3. Fases 8.5.4. Ferramentas de planejamento	<b>8.6. Controle empresarial</b> 8.6.1. Conceitos, tipos e terminologia 8.6.2. Controle de gestão 8.6.3. Controle de qualidade 8.6.4. Balanced Scorecard	<b>8.7. A organização empresarial</b> 8.7.1. Conceitos básicos 8.7.2. Estrutura organizacional 8.7.3. Dimensões culturais 8.7.4. Modelos estruturais	<b>8.8. Direção de Recursos Humanos</b> 8.8.1. Motivação 8.8.2. Recrutamento e seleção 8.8.3. Capacitação de pessoal 8.8.4. Avaliação do desempenho
<b>8.9. Elementos do Marketing e finanças</b> 8.9.1. Conceito e etapas 8.9.2. Marketing e mercados 8.9.3. Marketing estratégico 8.9.4. Relação e sinergias			

**Módulo 9. Gestão Comercial e Marketing**

<b>9.1. Negociações Comerciais</b> 9.1.1. Inteligência emocional na negociação e na venda 9.1.2. Automotivação e Empatia 9.1.3. Desenvolvimento de Habilidades de Negociação	<b>9.2. Fundamentos da Gestão Comercial</b> 9.2.1. Análise interna e externa. SWOT 9.2.2. Análise Setorial e Competitiva 9.2.3. Modelo CANVAS	<b>9.3. Tomada de Decisão em Gestão de Negócios</b> 9.3.1. Estratégia Comercial e Estratégia Competitiva 9.3.2. Modelos de Tomada de Decisão 9.3.3. Análise e ferramentas de tomada de decisão	<b>9.4. Direção e Gestão da Rede de Vendas</b> 9.4.1. Planejamento de Campanhas de Vendas 9.4.2. Redes a Serviço da Atividade Comercial 9.4.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores 9.4.4. Gestão de vendas
<b>9.5. Implementação da Função Comercial</b> 9.5.1. Contrato Comercial 9.5.2. Controle da Atividade Comercial 9.5.3. O Código de Ética do Agente Comercial	<b>9.6. Gerenciamento de Key Accounts</b> 9.6.1. Identificação de <i>Key Accounts</i> 9.6.2. Benefícios e Riscos do Key Account Executive 9.6.3. Vendas e Gestão de Contas-Chave 9.6.4. Fases da Ação Estratégica KAM	<b>9.7. Previsão comercial</b> 9.7.1. Previsão de Negócios e Previsão de Vendas 9.7.2. Métodos de Previsão de Vendas 9.7.3. Aplicações práticas da previsão de vendas	<b>9.8. Gestão Financeira e Orçamentária</b> 9.8.1. Painel de Avaliação Integral em Marketing 9.8.2. Controle do plano de marketing anual 9.8.3. Impacto financeiro das Decisão estratégicas

**Módulo 10.** Fundamentos da contabilidade

**10.1. Aspectos gerais**

- 10.1.1. Origem e evolução
- 10.1.2. Definição
- 10.1.3. Finalidade
- 10.1.4. Características
- 10.1.5. Importância
- 10.1.6. Aplicação
- 10.1.7. Origem e evolução dos sistema de registro

**10.2. Recursos e Rendimentos Financeiros**

- 10.2.1. Definição
- 10.2.2. Finalidade
- 10.2.3. Classificação
- 10.2.4. Bens e direitos
- 10.2.5. Obrigações e Dívidas
- 10.2.6. Capital ou patrimônio
- 10.2.7. Receitas, custos e despesas

**10.3. Transações comerciais**

- 10.3.1. Definição
- 10.3.2. Finalidade
- 10.3.3. Características
- 10.3.4. Classificação
- 10.3.5. Importância
- 10.3.6. Operações comerciais
- 10.3.7. Documentos e comprovantes

**10.4. A conta contábil e sua natureza**

- 10.4.1. Definição da conta
- 10.4.2. Finalidade da conta
- 10.4.3. Características da conta
- 10.4.4. Conteúdo da conta
- 10.4.5. Natureza das contas de ativo
- 10.4.6. Natureza das contas de passivo e de capital contábil
- 10.4.7. Natureza das contas de resultados

**10.5. Contas de balanço**

- 10.5.1. Definição
- 10.5.2. Finalidade
- 10.5.3. Características
- 10.5.4. Contas de Ativo
- 10.5.5. Contas de Passivo
- 10.5.6. Contas de Capital contábil
- 10.5.7. Movimentos e saldos das contas contábeis

**10.6. Contas de resultados**

- 10.6.1. Definição
- 10.6.2. Finalidade
- 10.6.3. Características
- 10.6.4. Contas de receitas
- 10.6.5. Contas de custos
- 10.6.6. Contas de despesas
- 10.6.7. Movimentos e saldos das contas contábeis

**10.7. Registro contábil**

- 10.7.1. Definição
- 10.7.2. Finalidade
- 10.7.3. Características
- 10.7.4. Regras do débito e do crédito e Teoria da partida dobrada
- 10.7.5. Catálogo de contas e guia de contabilização
- 10.7.6. Livros contábeis
- 10.7.7. Balanço de verificação

**10.8. Normativa aplicável ao procedimento dos estados financeiros**

- 10.8.1. Definição das Normas de informação financeira
- 10.8.2. Finalidade das Normas de informação financeira
- 10.8.3. Características das Normas de informação financeira
- 10.8.4. Classificação das Normas de informação financeira
- 10.8.5. Normas de informação financeira aplicáveis à contabilidade
- 10.8.6. Normas de informação financeira aplicáveis ao estado de situação financeira
- 10.8.7. Normas de informação financeira aplicáveis ao estado de resultados

**10.9. Demonstração de Resultados**

- 10.9.1. Definição
- 10.9.2. Finalidade
- 10.9.3. Características
- 10.9.4. Lucro Bruto
- 10.9.5. Despesas operacionais
- 10.9.6. Lucro ou prejuízo operacional
- 10.9.7. Preenchimento do formulário

**10.10. Balanço patrimonial ou Estado de situação financeira**

- 10.10.1. Definição
- 10.10.2. Finalidade
- 10.10.3. Características
- 10.10.4. Fórmulas para obter o ativo, passivo e capital contábil
- 10.10.5. Apresentação na forma de conta
- 10.10.6. Apresentação na forma de relatório
- 10.10.7. Preenchimento do formulário

**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. Ética empresarial**

- 11.4.1. Ética e moral
- 11.4.2. Ética empresarial
- 11.4.3. Liderança e ética nas empresas

**11.5. Sustentabilidade**

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

**11.6. Responsabilidade Social da Empresa**

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

**11.7. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável**

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

**11.8. Multinacionais e direitos humanos**

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

**11.9. Entorno legal e *Corporate Governance***

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

**Módulo 12. Gestão de Pessoas e Talentos**

**12.1. Gestão de recursos humanos por competências**

- 12.1.1. Análise do potencial
- 12.1.2. Política de remuneração
- 12.1.3. Planos de carreira/sucesso

**12.2. Inovação na gestão de talentos e as pessoas**

- 12.2.1. Modelos de gestão de talento estratégico
- 12.2.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
- 12.2.3. Lealdade e retenção
- 12.2.4. Proatividade e inovação

**12.3. Motivação**

- 12.3.1. A natureza da motivação
- 12.3.2. Teoria das expectativas
- 12.3.3. Teorias de necessidades
- 12.3.4. Motivação e compensação financeira

**12.4. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho**

- 12.4.1. Equipes de alto desempenho: Equipes autogerenciáveis
- 12.4.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

**12.5. Gestão de mudanças**

- 12.5.1. Gestão de mudanças
- 12.5.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
- 12.5.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

**12.6. Negociação e gestão de conflitos**

- 12.6.1. Negociação
- 12.6.2. Gestão de conflitos
- 12.6.3. Gestão de crises

**12.7. Comunicação gerencial**

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

**12.8. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos**

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

**Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira**

**13.1. Ambiente Econômico**

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

**13.2. Contabilidade Gerencial**

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

**13.3. Sistemas de informação e Business Intelligence**

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

**13.4. Orçamento e Controle de Gestão**

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

**13.5. Gestão Financeira**

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

**13.6. Planejamento Financeiro**

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

**13.7. Estratégia Financeira Corporativa**

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

**13.8. Financiamento Estratégico**

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

**13.9. Análise e planejamento financeiro**

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

**13.10. Análise e resolução de casos/ problemas**

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

**Módulo 14. Gestão Executiva****14.1. Management**

- 14.1.1. Conceito de *General Management*
- 14.1.2. A ação do gerente geral
- 14.1.3. O Gerente Geral e suas funções
- 14.1.4. Transformando o trabalho de gestão

**14.2. Gestores e suas funções  
A cultura organizacional e suas abordagens**

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

**14.3. Gestão operacional**

- 14.3.1. Importância da gestão
- 14.3.2. A cadeia de valor
- 14.3.3. Gestão de Qualidade

**14.4. Oratória e capacitação do porta-voz**

- 14.4.1. Comunicação interpessoal
- 14.4.2. Habilidades de comunicação e influência
- 14.4.3. Obstáculos à comunicação

**14.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais**

- 14.5.1. A comunicação interpessoal
- 14.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 14.5.3. A comunicação na organização
- 14.5.4. Ferramentas na organização

**14.6. Comunicação em situações de crise**

- 14.6.1. Crise
- 14.6.2. Fases da crise
- 14.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos

**14.7. Preparando um plano de crise**

- 14.7.1. Análise de problemas potenciais
- 14.7.2. Planejamento
- 14.7.3. Adequação de pessoal

**14.8. Inteligência emocional**

- 14.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 14.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 14.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

**14.9. Branding pessoal**

- 14.9.1. Estratégias para o branding pessoal
- 14.9.2. Leis de branding pessoal
- 14.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marcas

**14.10. Liderança e gestão de equipes**

- 14.10.1. Liderança e estilos de liderança
- 14.10.2. Competências e desafios do líder
- 14.10.3. Gestão de processos de Mudança
- 14.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais

07

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”*



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



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

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

## Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.*

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

*O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.*

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



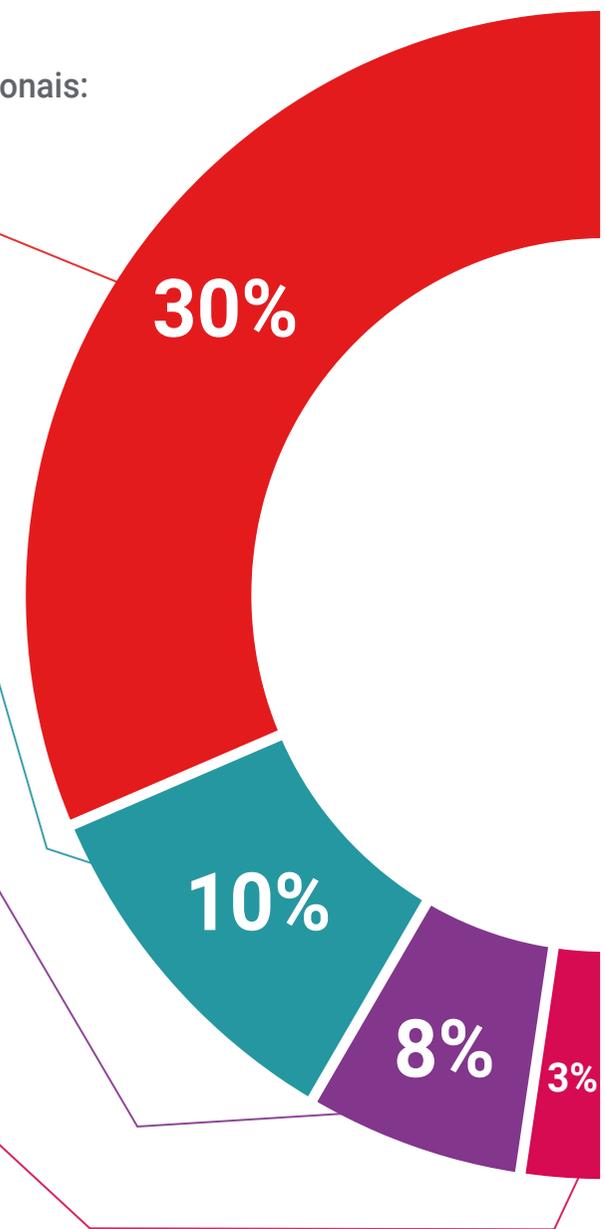
#### Práticas de habilidades gerenciais

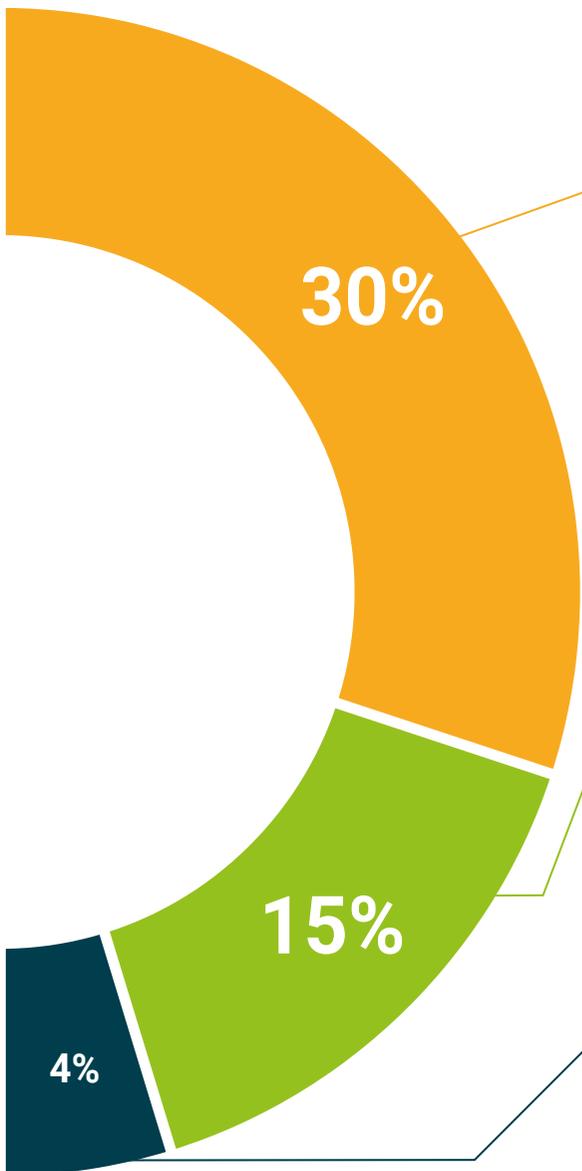
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





#### Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.



#### Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



#### Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



08

# Perfil dos nossos alunos

Nosso MBA em Gestão Hoteleira é um programa de estudos destinado a pessoas com estudos universitários, que querem transformar sua carreira e orientá-la para a gestão empresarial. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.





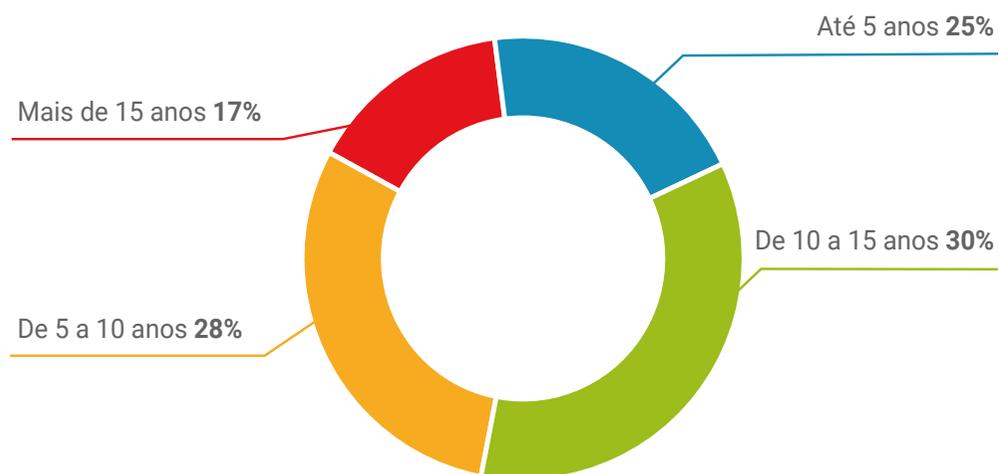
“

*Amplie sua capacitação através da realização de um programa de estudos da mais alta qualidade de ensino”*

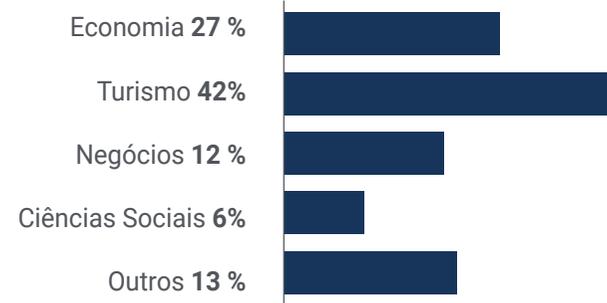
### Média de idade

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

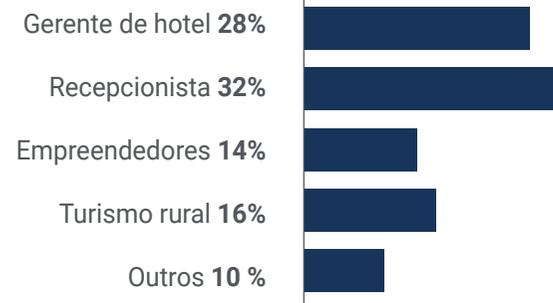
### Anos de experiência



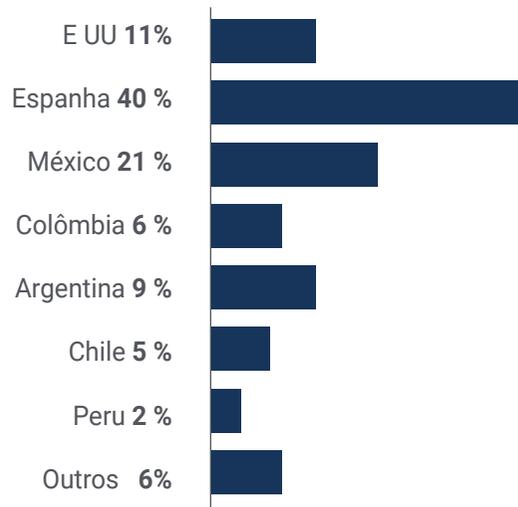
### Formação



### Perfil acadêmico



## Distribuição geográfica



## Margarita Robles

Diretora de Hotel

*"Sempre tive interesse em trabalhar no setor de turismo. Gosto de criar experiências de alto valor para turistas e assim, depois de muitos anos trabalhando em hotéis, decidi aprimorar minha capacitação na área de gestão hoteleira e agora dirijo meu próprio estabelecimento hoteleiro. Sem dúvida, um avanço em minha carreira profissional que eu não teria conseguido sem a TECH"*

09

# Direção do curso

Para a elaboração do quadro docente deste MBA em Gestão Hoteleira, a TECH selecionou um grupo de professores composto por especialistas no setor da comunicação, com ampla experiência na direção de empresas desta área. É por isso que o graduado poderá adquirir uma visão mais crítica e realista do setor e aprimorar suas habilidades sob a orientação de profissionais ativos.



“

*Temos o melhor corpo docente para ajudar  
você a alcançar o sucesso profissional”*

## Diretora Internacional Convidada

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

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

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

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



## Sra. Jennifer Dove

---

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

“

*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 à sua prática diária”*

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Romi Arman

---

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



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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Manuel Arens

---

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

“

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

## Diretor Internacional Convidado

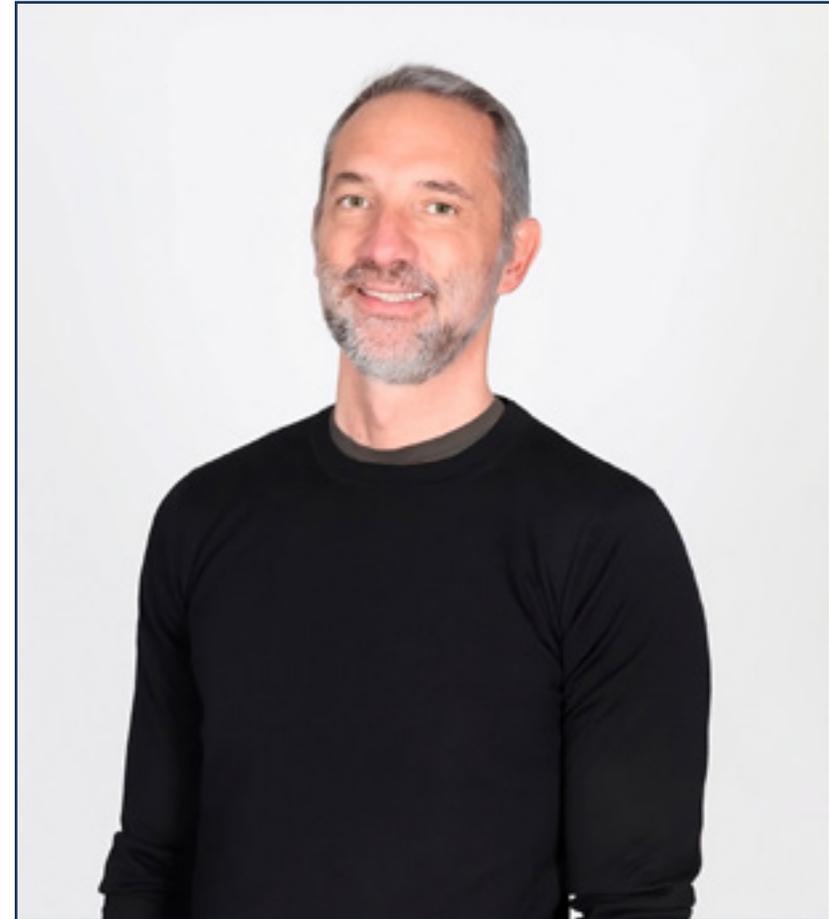
Andrea La Sala é um experiente executivo de **Marketing** cujos projetos tiveram um **impacto significativo** no setor da **Moda**. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como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

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

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

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

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



## Sr. Andrea La Sala

---

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

“

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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Mick Gram

---

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



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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Scott Stevenson

---

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

“

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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Eric Nyquist

---

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



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

10

# Impacto para a sua carreira

Temos consciência 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 é por isso que na TECH estamos fazendo tudo o que podemos para ajudá-lo a alcançá-lo. Desta forma, nosso programa de estudos abrangente e a qualidade de nosso corpo docente, bem como nossa metodologia inovadora online, serão as atualizações para o seu aperfeiçoamento profissional.



“

*Se você deseja promover uma mudança positiva em sua carreira profissional, não pense duas vezes e matricule-se na TECH”*

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

O MBA em Gestão Hoteleira da TECH Universidade Tecnológica é um plano de estudos intenso que prepara o profissional para enfrentar desafios e decisões empresariais tanto em âmbito nacional como internacional. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

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

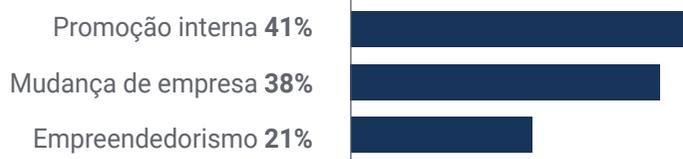
*Oferecemos a você uma oportunidade única de se capacitar com os melhores profissionais do momento, aumentando seus conhecimentos em um curto período de tempo.*

*Melhore suas habilidades de gestão hoteleira e progrida em sua carreira.*

### Momento da mudança



### Tipo de mudança



## Melhoria salarial

---

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



11

# Benefícios para a sua empresa

O MBA em Gestão Hoteleira contribui para elevar o talento da organização a seu máximo potencial através da capacitação de líderes de alto nível. É um programa de estudos que prepara você para alcançar a elite profissional através de uma qualificação mais elevada que é garantida pela TECH. Além disso, participar deste Executive Master é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos na qual se pode encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

*Uma maior capacitação neste campo lhe permitirá fornecer estratégias mais eficazes para ter sucesso em seu trabalho"*

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

01

### **Crescimento do talento e do capital intelectual**

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

---

02

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

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

03

### **Construindo agentes de mudança**

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

---

04

### **Maiores possibilidades de expansão internacional**

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

05

### **Desenvolvimento de projetos próprios**

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

---

06

### **Aumento da competitividade**

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



12

# Certificado

O Executive Master MBA em Gestão Hoteleira garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

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

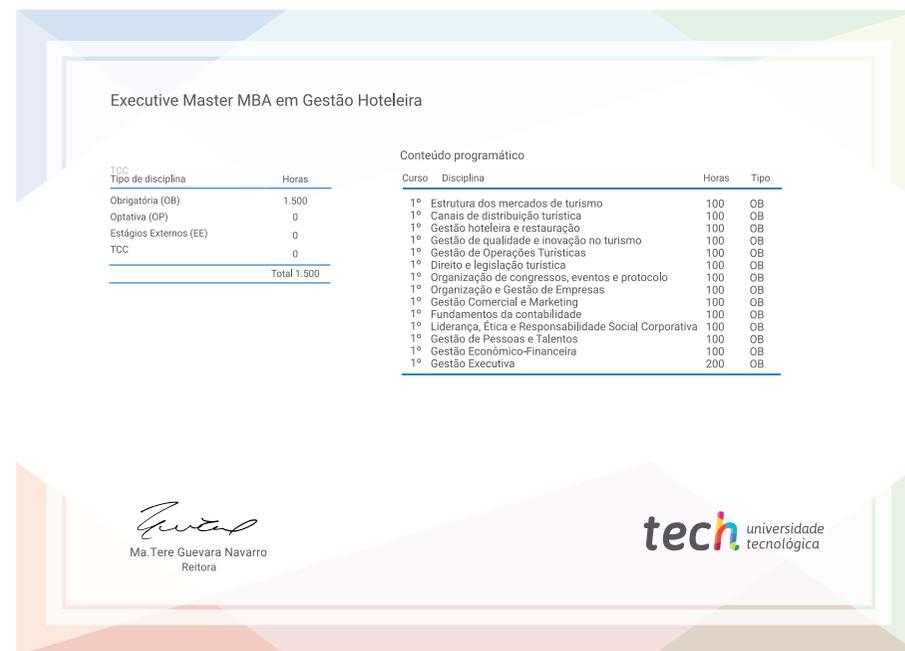
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* do **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Executive Master MBA em Gestão Hoteleira**

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 Hoteleira

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

# Executive Master

## MBA em Gestão Hoteleira