

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo

M B A D V M L



Executive Master MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Destinado a: **estudantes e profissionais da indústria da moda que estejam interessados em que estão interessados no negócio, gestão e transformação digital do setor. Assim como todos aqueles que buscam impulsionar sua carreira profissional adquirindo novos conhecimentos sobre os negócios da moda, necessários para compreender o funcionamento interno do setor, as estratégias e as tendências digitais que o impulsionam atualmente.**

Acesso ao site: www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-vendas-moda-luxo

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. 38

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 46

09

Direção do curso

pág. 50

10

Impacto para a sua carreira

pág. 58

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 62

12

Certificado

pág. 66

01

Boas-vindas

Nesta sociedade hiper-conectada, as empresas de moda estão sendo arrastadas pelos fluxos cada vez mais rápidos, variáveis e exigentes de novos hábitos de consumo. A estratégia multicanal é uma solução eficaz e fundamental para melhorar as vendas e fazer crescer um negócio de moda. Também apresenta desafios únicos para as empresas do setor que procuram expandir seus negócios utilizando uma estratégia cujas engrenagens estão funcionando perfeitamente e onde a tecnologia e a digitalização se tornaram um *Must* no processo de compra. Por esse motivo, a TECH desenvolveu este programa em que os principais desafios do setor serão abordados por um excelente corpo docente, incluindo um prestigiado Diretor Internacional Convidado.



MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo.
TECH Universidade Tecnológica



“

Aproveite a oportunidade de aprimorar suas habilidades de liderança nos negócios com um Diretor Internacional Convidado do mais alto prestígio na indústria da moda"

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

O MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo oferece uma maneira de melhorar a estratégia comercial ou criar caminhos entre o físico e o digital, incorporando o posicionamento omni-canal. Desta forma, as formas de trabalho se concentrarão em aproveitar dados objetivos para criar uma experiência personalizada baseada nas preferências do cliente, controlando a mensagem da marca em um estilo consistente em todos os canais e dando ao cliente mais possibilidades de compra. O objetivo é aprender mais sobre transformação digital, comércio eletrônico e novas tecnologias, mas sem esquecer o ponto de venda físico, o *Storytelling*, e a compreensão da Moda como indústria e como fenômeno social, com ênfase no mundo das tendências e da sustentabilidade. Esta visão holística permitirá a implementação bem sucedida de uma estratégia omni-canal e tornará tudo sobre clientes e pessoas.



“

O objetivo deste programa é aprender como projetar e implementar uma estratégia omni-canal em uma marca de varejo de moda. Um objetivo que você alcançará com a ajuda de uma capacitação avançada".

A TECH faz dos objetivos de seus alunos os seus próprios objetivos.
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo capacitará o aluno para:

01

Ser capaz de projetar e implementar uma estratégia omni-canal em uma marca de *Fashion Retail*

04

Aprender mais sobre omni-canal de comércio eletrônico e todas as estratégias digitais

02

Sabendo como realizar uma análise correta do setor *Fashion Retail*, do modelo de negócios da empresa e das novas tendências de consumo para facilitar a tomada de decisões



03

Saber usar os dados para criar uma oferta personalizada e experiência para os clientes

05

Fazer tudo pensando nos clientes e nas pessoas, construindo a fidelidade à marca e gerando mais vendas

06

Aprender sobre as *Fashion Tools* necessárias para a gestão omnichannel de uma empresa de moda e sua aplicação com exemplos de casos reais

08

Conhecer o *Branding*, sua evolução e aplicação no mundo do luxo de hoje



09

Saber como o Instagram é criado como uma plataforma para este tipo de comunicação

07

Conhecer o conceito de Moda, suas origens e antecedentes históricos para poder sintetizar e explicar os principais debates no estudo analítico e reflexivo das primeiras teorias da Moda, da sociedade de consumo e da produção cultural e sua evolução

10

Compreender o conceito de *Visual Merchandising* do campo da Moda, o que nos permite apreciar a complexidade que ele apresenta e a disparidade de abordagens do termo que existe

11

Adquirir as habilidades necessárias para desenvolver e implementar ações comerciais no ponto de venda, melhorar as habilidades profissionais, assim como habilidades técnicas e teóricas em vendas visuais

14

Aprender a utilizar as métricas e ferramentas de análise mais importantes para o marketing online

12

Compreender e gerenciar os princípios de otimização dos mecanismos de busca e marketing dos mecanismos de busca



13

Desenvolver habilidades para a implementação de campanhas publicitárias na Internet

15

Conhecer o ambiente e os novos consumidores da indústria *Fashion Retail*, a fim de compreender suas necessidades e detectar novas oportunidades no mercado

16

Entender o conceito de omni-canal e o efeito que ele tem sobre os clientes e a cadeia de valor de uma empresa de moda.

18

Conhecer como surgiu o interesse pela sustentabilidade desde suas origens até os dias de hoje

19

Aprofundar nos diferentes tipos de comércio eletrônico, nas plataformas mais utilizadas e nas principais características de acordo com a marca ou produto

17

Aprender porque a sociedade, através de mudanças sociais e culturais, modifica seu consumo de moda, exigindo uma maneira diferente de fazer as coisas da indústria têxtil

20

Prever tendências de moda, identificando padrões de comportamento, construindo seqüências de eventos e traduzindo-os em um esquema de representação



05

Competências

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



“

Nós lhe damos a oportunidade de ter uma compreensão profunda do negócio de moda omni-canal para desenvolver as habilidades de que você precisa para ter sucesso neste setor”

01

Conhecer, entender e analisar o ambiente do *Fashion Retail* tanto físico como digital

02

Implementar uma estratégia omni-canal em um negócio de moda

03

Identificar oportunidades de negócios e coordená-las a fim de melhorar o comércio no ponto de venda

04

Desenvolver o conhecimento técnico da transformação digital e um entendimento das principais estratégias digitais em uso hoje em dia

05

Melhorar as capacidades de análise e planejamento estratégico omni-canal



06

Compreender, através da pesquisa, o comportamento atual do consumidor e sua evolução, permitindo-nos projetar novos produtos e experiências de valor para eles

08

Fortalecer a capacidade de inovação e criatividade empresarial a fim de otimizar os recursos e a tomada de decisões



09

Gerenciar tecnologia especializada em *Retail*, operações e logística

07

Estruturar a coordenação e otimização dos recursos de marketing e vendas, a fim de obter melhores resultados tanto no ponto físico de venda quanto online

10

Compreender o mercado atual e futuro e a dinâmica de relacionamento dos consumidores e marcas, a fim de desenvolver um *Storytelling* de uma identidade e imagem de marca apropriada e consistente em todos os pontos de contato

11

Administrando uma organização omni-canal

12

Criando um caminho entre físico e digital e melhorando a relação entre online e offline

13

Conduzir uma análise adequada do setor *Fashion Retail*, o modelo de negócios da empresa e as novas tendências de consumo para facilitar a tomada de decisões

14

Saber usar os dados para criar uma oferta personalizada e experiência para os clientes

15

Controlar a mensagem da marca e garantir que ela seja coerente e consistente da mesma forma em todos os canais



16

Dar aos clientes mais possibilidades de fazer uma compra

18

Fazer tudo pensando nos clientes e nas pessoas, construindo a fidelidade à marca e gerando mais vendas



19

Compreender a sustentabilidade e saber como administrá-la em todas as áreas de um negócio de moda

17

Aprender mais sobre omni-canal de comércio eletrônico e todas as estratégias digitais

20

Aprender sobre as *Fashion Tools* necessárias para a gestão omnichannel de uma empresa de moda e sua aplicação com exemplos de casos reais

06

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste programa foi desenvolvido por diferentes professores com um objetivo claro: assegurar que os alunos adquiram cada uma das habilidades necessárias para se tornarem verdadeiros especialistas em Moda e Gestão de Vendas de Luxo. O conteúdo deste MBA lhe permitirá aprender todos os aspectos das diferentes disciplinas envolvidas nesta área. Um programa abrangente e bem estruturado que o levará aos mais altos padrões de qualidade e sucesso.



“

Um programa de ensino completo, estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientado para uma aprendizagem efetiva e rápida, compatível com sua vida pessoal e profissional”

Plano de estudos

O MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo da TECH Global University é um programa intensivo que capacita o profissional para projetar e implementar as ferramentas e estratégias necessárias nesta forma de vendas e relações com clientes. Seu conteúdo é projetado para promover o desenvolvimento de habilidades que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa no ambiente de mudança da indústria da moda.

Ao longo de 2.700 horas de estudo, eles analisarão uma infinidade de casos práticos através do trabalho individual, obtendo um aprendizado profundo que lhes permitirá adquirir as habilidades necessárias para se desenvolverem com sucesso no setor. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa lida em profundidade com diferentes áreas das empresas de moda e é projetado para especializar os gerentes que entendem este desenvolvimento futuro a partir de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano projetado para profissionais desta área, focado em seu aperfeiçoamento profissional e que os preparará para alcançar excelência e extrema capacidade neste contexto de trabalho. Um programa que entende as necessidades do aluno e da empresa através de um conteúdo inovador baseado nas últimas tendências, apoiado pela melhor metodologia educacional e por um corpo docente excepcional, que irá fornecer ao aluno as habilidades para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Este programa tem uma duração de 12 meses e está dividido em 15 módulos:

- Módulo 1** Sociologia da Moda e Tendências
- Módulo 2** Fashion and Luxury Branding and Storytelling
- Módulo 3** Visual Merchandising e Retail Experience
- Módulo 4** Marketing digital para marcas de moda
- Módulo 5** Fashion Consumer Insights
- Módulo 6** Omni-canal e experiência do cliente O varejo e a gestão de lojas de moda
- Módulo 7** Sustentabilidade na moda
- Módulo 8** Transformação digital e inovação na indústria da moda
- Módulo 9** Fashion Digital Strategy
- Módulo 10** Gestão tecnológica e digital na moda e no luxo: Tools
- 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 Moda e Gestão de Vendas de Luxo completamente online. Durante os 12 meses de capacitação, o aluno poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permitirá autogerir seu tempo de estudo

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

Módulo 1. Sociologia da moda e tendências

1.1. História e sociologia da moda	1.2. Semiótica, aspectos culturais e identidade através da moda	1.3. Movimentos sociais e tribos urbanas	1.4. Mudança social no consumo de moda: os efeitos da "neomania".
1.5. A "moda líquida" e a nova cultura Millennial	1.6. A transformação digital e o fenômeno Influencer	1.7. Reinventando o negócio da moda e o novo consumidor	1.8. Pós-luxo: novas tipologias e arquétipos de consumidores de moda
1.9. Drivers de mudanças e novas tendências no setor da moda pós COVID	1.10. A cultura da criatividade e o consumo de exclusividade		

Módulo 2. Fashion Luxury Branding and Storytelling

2.1. El <i>Branding</i> e sua evolução	2.2. O conceito de luxo e sua evolução	2.3. O novo cenário e o surgimento de novos mercados	2.4. Dimensões das marcas de luxo
2.5. <i>Storytelling, Branding</i> ativo	2.6. Construção da marca através da narração de histórias	2.7. Divulgando a história	2.8. Pontos de contato da marca
2.9. <i>Transmedia Storytelling</i>	2.10. Instagram, plataforma de Luxury Storytelling		

Módulo 3. Visual Merchandising e Retail Experience

3.1. Análise arquitetônica de lojas.	3.2. Ferramentas de projeto de espaço	3.3. Abordagem: lugar, antecedentes e intenção	3.4. Exterior: fachada
3.5. Vitrine	3.6. Interior: disposição da planta baixa, ambiente, móveis, sinalização e materiais	3.7. Projeto do espaço: a loja do futuro	3.8. Da ideia comercial à experiência de loja

Módulo 4. Marketing digital para marcas de moda

4.1. Introdução e Vocabulário básica	4.2. Modelos de vendas online	4.3. Tipos de clientes	4.4. Principais etapas do e-Commerce associadas ao marketing digital
4.5. Gerente Marketing <i>Social Media</i>	4.6. E-mail Marketing	4.7. Mobile Marketing	4.8. Marketing viral e <i>Influencer Marketing</i>
4.9. Promoção e patrocínio de vendas online	4.10. Tendências futuras		

Módulo 5. *Fashion Consumer Insights*

5.1. A necessidade de conhecer o consumidor no contexto atual	5.2. Estratégia Human y Citizen Centricity	5.3. Características principais de uma estratégia centrada nas pessoas e a importância dos dados	5.4. Como adotar uma estratégia Human Centric em uma empresa de moda?
5.5. Metodologia Human Centric	5.6. Design Thinking e Market Intelligence	5.7. Posicionamento e percepção de uma marca de moda	5.8. Customer Insights e Customer Journey
5.9. Arquetipos e buyer personas	5.10. Recursos e técnicas de pesquisa		

Módulo 6. Omni-canal e experiência do cliente *ORetail* e a gestão de lojas de moda

6.1. Conceito de Omnichannel e seu efeito sinérgico: conveniência do cliente e a cadeia de valor	6.2. Equipes e pessoas, habilidades e fluxos no varejo da moda	6.3. Objetivos e principais indicadores no varejo da moda e na gestão de lojas de moda	6.4. Operações de varejo de moda para superar as expectativas dos clientes
6.5. Variedade de produtos e serviços oferecidos: flexibilidade em volume e requisitos	6.6. Responsividade	6.7. Custo da busca da relação custo-eficácia	6.8. Consistência
6.9. Adaptabilidade	6.10. Serviços e tecnologias para o varejo da moda e sua gestão		

Módulo 7. Sustentabilidade na moda

7.1. Do consumo e hiperconsumo ao consumo transformador	7.2. Mudança de paradigma: de um sistema linear para um sistema circular	7.3. Novos têxteis sustentáveis e certificações têxteis	7.4. Ecogestão têxtil
7.5. Otimização da logística	7.6. Packaging	7.7. Reciclagem	7.8. O ponto de venda: desde a digitalização dos espaços até o sistema de varejo eco-eficiente Greener Store Experience
7.9. Novos modelos de negócios	7.10. Reputação da marca, CSR e Greenwashing		

Módulo 8. Transformação digital e inovação na indústria da moda

8.1. Transformação digital de histórias em setor de aula	8.2. Indústria 4.0	8.3. Viabilizadores digitais	8.4. Os dados
8.5. IA, Digital Interaction, IoT y robótica	8.6. Blockchain, compreensão da tecnologia e como ela traz valor para o setor	8.7. Omni-canal e seu impacto no setor varejista	8.8. Ecossistemas Start-up
8.9. Modelos de negócios digital	8.10. Metodologias de inovação		

Módulo 9. Fashion Digital Strategy

9.1. Tecnologia e o consumidor: tipologias de público alvo e segmentação estratégica do consumidor	9.2. Análise antes da estratégia digital: momento 0 e KPIs estratégicos	9.3. E-commerce: tipologias e plataformas	9.4. Branding: visual e textual para comunicar
9.5. Posicionamento: catálogo adequado	9.6. Plataformas de anúncios sociais	9.7. Social Selling y Inbound Marketing	9.8. <i>Marketing Automation</i> : email Marketing e Bot Marketing
9.9. O papel do CRM e dos Grandes Dados na estratégia de negócios	9.10. ROI & Metrics		

Módulo 10. Gestão tecnológica e digital na moda e no luxo: Tools

10.1. Introdução ao uso tecnológico da moda	10.2. Criação e manutenção de posicionamento de identidade	10.3. Google Analytics e Google Ads	10.4. Data Driven
10.5. Principais métricas de gerenciamento e criação de sequência de padrões-Excel	10.6. Simulação de cenários de inovação-Microsoft Power Bi	10.7. Fidelidade e retenção de clientes - Salesforce	10.8. Segmentação de público - gerenciamento de banco de dados-SQL
10.9. Criatividade orientada por dados-Python	10.10. Marketing de conteúdo		

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 <i>Cross Cultural Management</i> 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 do talento e das pessoas

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

12.5. Motivação

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

12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho

- 12.6.1. Equipes de alto desempenho: Equipes autogerenciáveis
- 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

12.7. 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 fidelizar clientes

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

14.7. Gerenciamento de campanhas digitais

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

14.8. Estratégia de Vendas

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

14.9. Comunicação Corporativa

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

14.10. Comunicação e reputação digital

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

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

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

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

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



Um processo de aprendizado tão completo e estimulante que se tornará uma experiência única de crescimento profissional e pessoal"

07

Metodologia

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





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



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

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



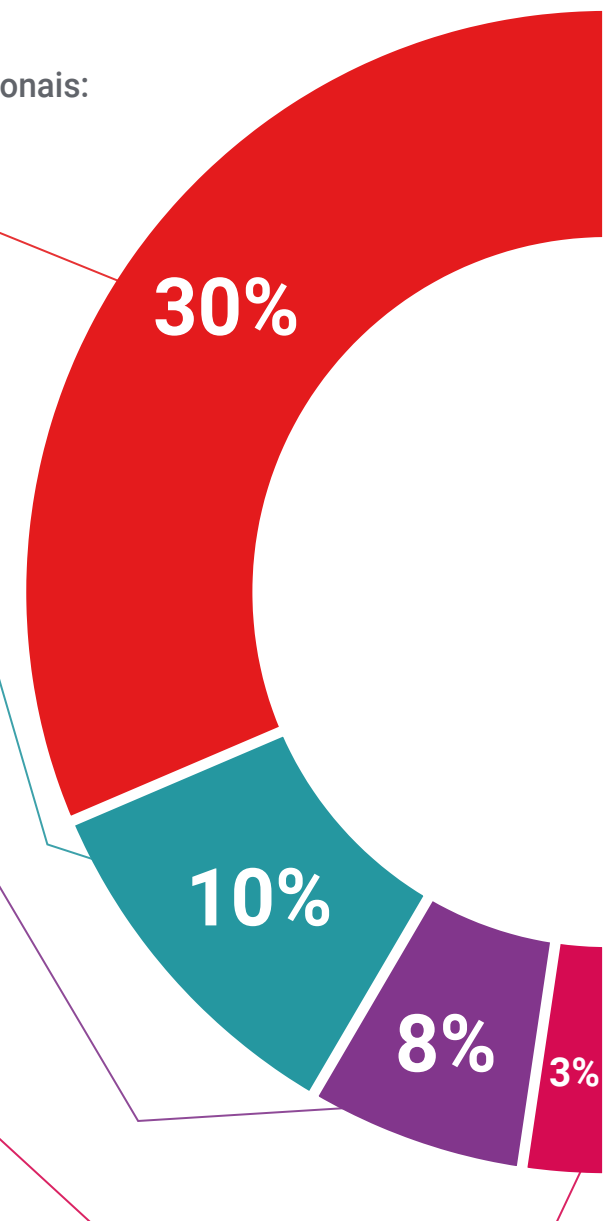
Práticas de habilidades gerenciais

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



Leituras complementares

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





Estudos de caso

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil dos nossos alunos

O MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo é um programa destinado a profissionais que desejam atualizar seus conhecimentos, descobrir novas maneiras de inovar e avançar em sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.





“

A elite é alcançada através de trabalho árduo e envolvendo-se com os melhores. Estamos esperando por você”

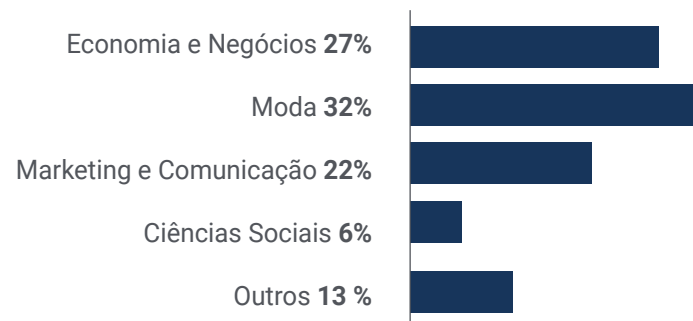
Média de idade

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

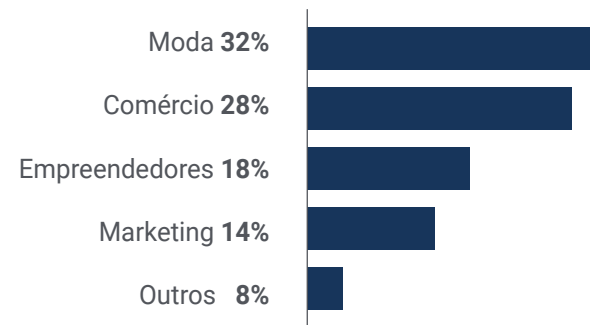
Anos de experiência



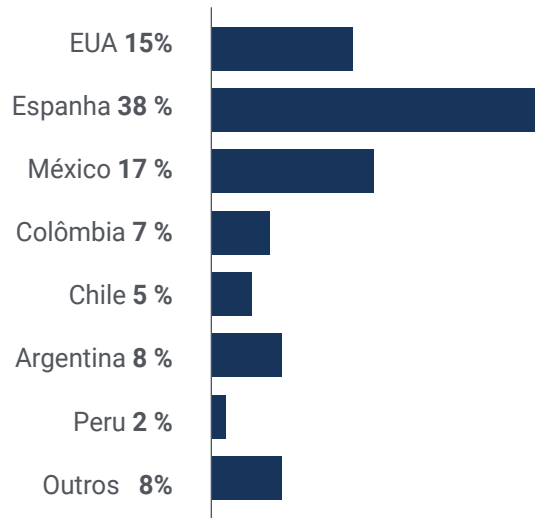
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



María Lobezo

Empreendedor

"O Omnichannel foi um desafio para mim que não me sentia à altura da minha marca de moda". Depois do MBA, consegui colocar em prática as estratégias digitais de que precisava. E o fiz bem a tempo de poder permanecer no mercado em uma situação cada vez mais exigente".

09

Direção do curso

O corpo docente do programa inclui especialistas líderes no setor *Fashion Retail*, que despejam a experiência de seus anos de trabalho neste programa. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio em áreas relacionadas participam de sua concepção e preparação, completando o Mestrado Próprio de forma interdisciplinar, tornando uma experiência acadêmica única e altamente nutritiva para o estudante



“

Nossa equipe de professores irá ajudá-lo a adquirir os conhecimentos mais relevantes nesta área, possibilitando o seu desenvolvimento com total domínio em sua prática diária"

Diretor Internacional Convidado

Alberto Festa é um referência internacional na indústria de artigos de luxo, reconhecido por seus feitos executivos como **Diretor Comercial de Gemologia e Relógios** na icônica casa de moda **Dolce & Gabbana**. Ele impulsionou o crescimento e a inovação dessa marca por meio das estratégias mais disruptivas de **marketing e vendas**.

A trajetória profissional desse prestigiado executivo abrange mais de 25 anos, nos quais ocupou **papéis-chave** em algumas das **empresas mais proeminentes do mundo**, sediadas na Europa e na América do Norte. Seus primeiros passos profissionais foram na multinacional **Colgate Palmolive**, onde aprimorou suas habilidades antes de ingressar na **PepsiCo**. Nesta última, atuou como **Gerente de Ventas** contribuindo significativamente para a expansão da empresa.

Outro período fundamental em sua jornada como **líder corporativo** foi quando assumiu o cargo de **Diretor de Vendas na Mattel**. Além disso, liderou a **Divisão Matrix da Bristol-Myers Squibb** como **CEO**. No entanto, o auge de sua carreira ocorreu durante sua passagem pela **BVLGARI** por mais de 15 anos. Na empresa, atuou como **Diretor Geral** e eventualmente ascendeu ao cargo de **Presidente da BULGARI USA**. Sua visão estratégica e liderança foram fundamentais para melhorar a presença global da marca e alcançar um sucesso sem precedentes.

Nestas décadas de trabalho na indústria da **moda**, Festa também se envolveu no âmbito acadêmico, dado seu vasto conhecimento através de conferências magistrais em universidades e escolas de negócios ao redor do mundo, principalmente nos Estados Unidos e na Itália. Além disso, suas contribuições em vendas, marketing, estratégia e operações foram fundamentais para liderar mudanças e iniciativas de reconstrução das empresas mais inovadoras e exclusivas.



Sr. Alberto Festa

- Diretor Comercial de Gemologia e Relógios na Dolce & Gabbana, Milão, Itália
- Consultor Acadêmico na Universidade LUISS Guido Carli
- Consultor no Conselho de Marca SAID DAL 1923
- Consultor do Grupo Kering
- Diretor Geral de GM na VHERNIER
- Diretor Geral da Loro Piana LVMH
- Presidente da BULGARI USA
- CEO da Divisão Matrix da Bristol-Myers Squibb
- Diretor de Vendas na Mattel
- Diretor de Vendas na PepsiCo
- Gerente Sênior de Marca na Colgate - Palmolive
- Formado em Estatística e Economia pela Universidade La Sapienza de Roma

“

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

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista **Fortune 50**, como **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 NBC Universal, 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 Estados Unidos.



Sr. Eric Nyquist

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

“

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

Direção



Dra. Sandra Bravo Durán

- ♦ CEO da UX na Myme
- ♦ CEO e Fundadora da Ch2 Abroad & Events
- ♦ Socióloga do Observatório Turístico de Salamanca
- ♦ Consultora Digital na Everis
- ♦ Pesquisadora na Runroom
- ♦ Professora no Mestrado em Direção de Marketing de Moda e Luxo e no Mestrado em Gestão de Marcas de Negócios de Luxo na MSMK na Madrid School of Marketing
- ♦ Doutora em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra
- ♦ Formada em Sociologia pela Universidade de Salamanca
- ♦ Formada em Economia pela Universidade de Salamanca
- ♦ Mestrado Executivo em Gestão de Negócios de Moda pela Universidade de Navarra

Professores

Sra. Gárate, Mercedes

- ♦ Director Business Industria en NTT Data
- ♦ Senior Manager em Everis
- ♦ Strategy and Business Manager em Everis
- ♦ Formada em Engenharia Industriais pela Universidade Politécnica de Madrid
- ♦ MBA por la EOI Business School
- ♦ Certificada em Customer Experience pela Associação para o Desenvolvimento da Experiência do Cliente (DEC)

Sr. Carlos Sanjosé

- ♦ Especialista em Marketing Digital
- ♦ Gerente de Marketing Digital na Designable
- ♦ Chefe de marketing Digital na MURPH
- ♦ Gerente de Marketing Digital na 25 Gramos
- ♦ Chefe de Conteúdo da Unánime Creativos
- ♦ Formado em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade CEU Cardenal Herrera

Dra. Margarita Velar Lera

- ♦ Consultora de comunicação com especialização em moda
- ♦ CEO da Forefashion Lab
- ♦ Diretora de Marketing Corporativo em SGN Group
- ♦ Consultora de Comunicação Corporativa na LLYC
- ♦ Consultora de comunicação e marca *freelance*
- ♦ Responsável de Comunicação da Universidade Villanueva
- ♦ Professora em estudos universitários relacionados com Marketing
- ♦ Doutora em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madri
- ♦ Formada em Comunicação Audiovisual pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ MBA em Gestão de Negócios de Moda pelo ISEM Fashion Business School

Sra. María Eugenia Josa Martínez

- ♦ Fundador e Designer da Eugeniota Collection
- ♦ Docente em ESNE, CEDEU e ELLE Education
- ♦ Professora de ISEM Fashion Business School
- ♦ Ministrou aulas no mestrado da ISEM Fashion Business School.
- ♦ Responsável pelo Programa de Fashion and Creativity Management e Docente de Oficina de Design IV no Curso de Design da Universidade de Navarra
- ♦ Doutora em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra
- ♦ Formada em Arquitetura pela Universidade de Navarra
- ♦ Arquitetura Especializada em Paisagem e Meio Ambiente pela Universidade de Navarra
- ♦ Mestrado de ISEM Fashion Business School

Dra. Patricia San Miguel Arregui

- ♦ Pesquisadora especialista em Marketing Digital
- ♦ Fundadora e diretora da Digital Fashion Brands
- ♦ Pesquisadora e colaboradora em estudos de marketing
- ♦ Autora do livro *Influencer Marketing*
- ♦ Autora de publicações acadêmicas em revistas conceituadas
- ♦ Palestrante regular em congressos e seminários nacionais e internacionais sobre Comunicação e Marketing
- ♦ Professora em cursos universitários de graduação e pós-graduação
- ♦ Doutora em Marketing Digital para Empresas de Moda pela Universidade de Navarra
- ♦ Formado em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ MBA em Executive Fashion pelo ISEM

Sra. Opazo, Laura

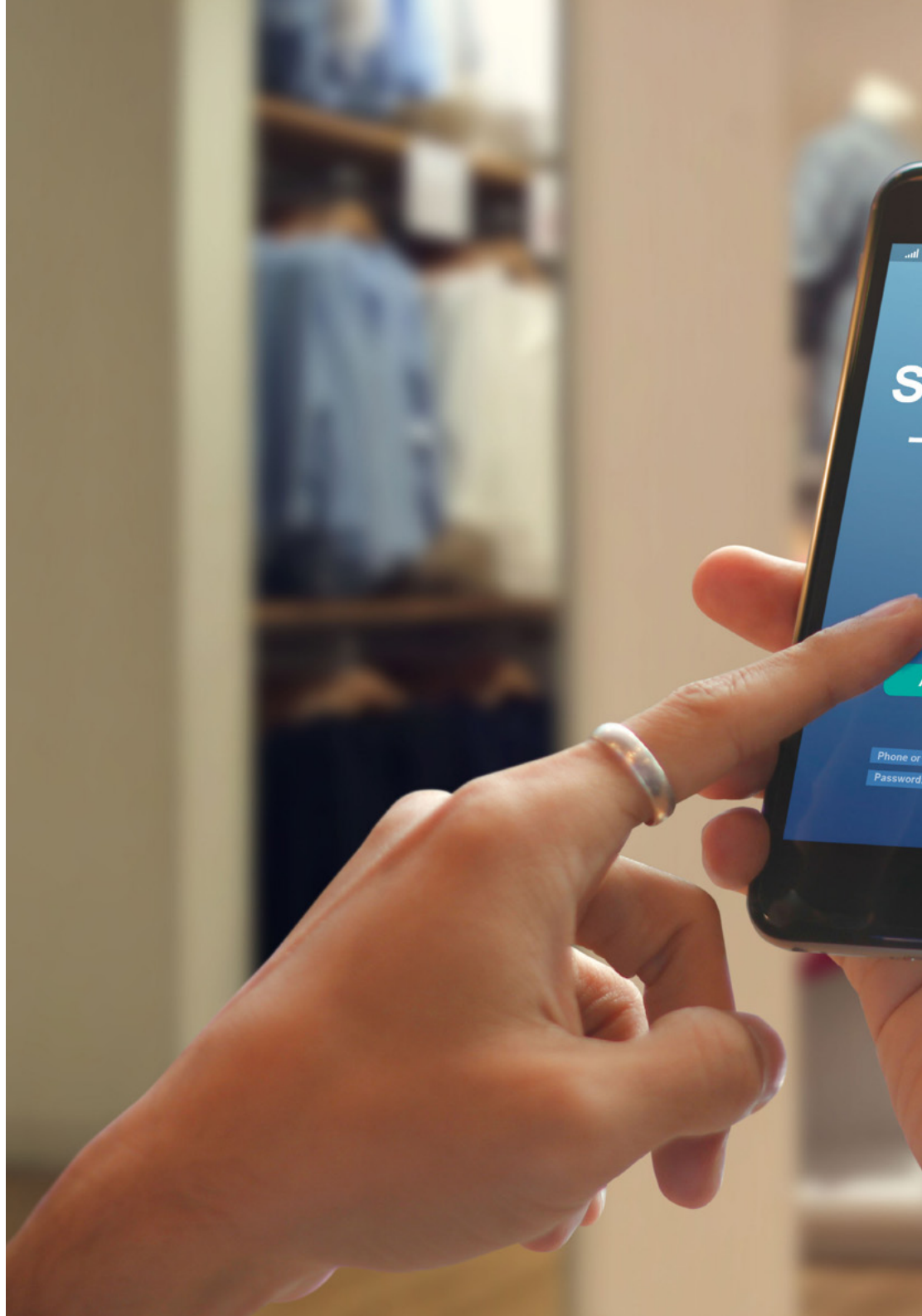
- ♦ Diretora de Partnerships em The Confidential Lab
- ♦ Escritora de Artigos Lifestyle en el Blog ElTiempo.es
- ♦ Locutora de Seção de Moda na emissora EsRadio
- ♦ Gestora Editorial de Moda em AMC Networks International Southern Europe
- ♦ Autora do livro *Armario Sostenible: Aprenda a Comprar de Forma Consciente e Inteligente*
- ♦ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Rey Juan Carlos
- ♦ Especialista em relações públicas e venda de sua própria marca no College of Fashion, University of the Arts, Londres
- ♦ MBA em Administração e Gestão de Empresas na ISEM
- ♦ Curso Têxtil e Moda Sustentável ministrado pela REAS e o Mercado Social de Madri

Sr. Javier De Rivera Mendizábal

- Socio - Rivera Consulting & Support
- Consultor de Transformação e Alto Desempenho no Varejo ActioGlobal
- Membro Associado de Huete&Co
- Conselheiro, CEO, director general y financiero, consultor y asesor en empresas como Neck&Neck, Gocco, Textura, Tomblack, Ecoalf, Trucco, Intropia, Saga Furs, Lola Rey, Multiópticas, Silbon
- Graduado em Economia e Estudos Empresariais pela Universidade de Comillas (ICADE)
- MBA em Fiscalidade e Consultoria Tributária em Esine
- Programa de consultoria da Deloitte e Spencer Stuart
- Certificado de Desenvolvimento da Organização Global NTL
- Programa de Alta Direção em Negócios na Internet na ISDI
- Programa de Certificação em Coaching Dialogico e Coaching de Equipe na UFV
- Docentes de ISEM Fashion Business School
- Docentes da Universidade de Villanueva
- Palestrante em programas executivos no Esic, IE (Espanha) e Universidad de Piura (Peru).



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





Dra. María García Barriga

- Doutora em Design e Dados de Marketing
- Comunicadora na RTVE
- Comunicadora na Telemadrid
- Docente Universitário
- Autora de *O padrão da eternidade*, criação de uma Identidade em Espiral para a Automação de Tendências de Moda
- Comunicação, Marketing e Campanhas Sociais, Patrimônio Artístico e Marketing Digital
- Editora-chefe da Chroma Press
- Executiva de Contas de Marketing e Redes Sociais na Servicecom
- Redatora de Conteúdo Web na Premium Difusión, Diario Siglo XXI e Managers Magazine
- Doutorado em Design e Dados de Marketing pela Universidade Politécnica de Madri
- Formada em Ciências da Informação, Comunicação, Marketing e Publicidade pela Universidade Complutense de Madrid
- Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo pela Universidade Complutense de Madrid
- Certificada em *Data Analysis & Creativity* com Python, China
- MBA *Fashion Business School*, a Escola de Negócios de Moda da Universidade de Navarra

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. Por esta razão, a TECH criou este sistema global que favorece a obtenção de resultados ótimos, dando-lhes as instalações e os estímulos que os manterão motivados durante toda a especialização para que sua carreira adquira o impulso renovador que buscam.



“

Colocamos todos os nossos recursos à sua disposição para que você possa alcançar a melhoria do trabalho que deseja”.

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

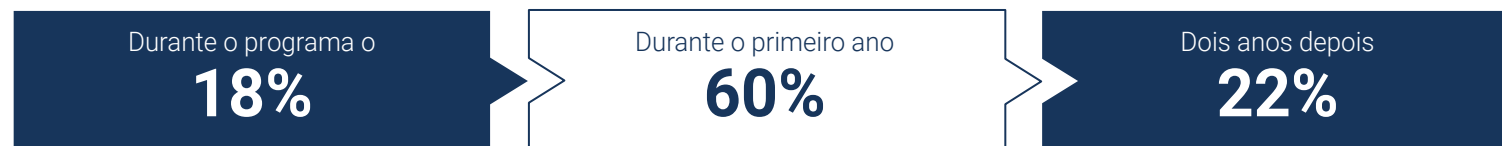
O MBA em Moda e Gestão de Vendas de Luxo da TECH é um programa intensivo que preparará você para enfrentar desafios e se posicionar com sucesso após cada um deles. Seu principal objetivo é fomentar seu crescimento pessoal e profissional: ajudá-los a alcançar o sucesso.

Para os estudantes que querem se sobressair, fazer uma mudança profissional positiva e se relacionar com o melhor, este é o lugar para se estar.

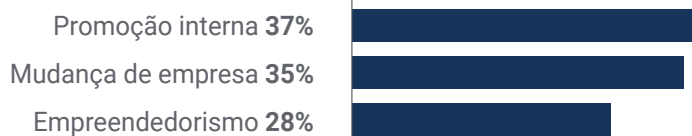
Entre no mundo do MBA em Moda e Gestão de Vendas de Luxo graças a este programa do mais alto nível acadêmico.

O mercado não espera. Aproveite o momento e coloque-se na vanguarda do mundo da moda com este programa. É agora ou nunca.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

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



11

Benefícios para a sua empresa

O MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo ajuda a elevar o talento dos estudantes e o de sua organização ao seu potencial máximo, especializando-se em liderança 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





“

Você aprenderá como ser a força motriz por trás da transformação de seu negócio ou projeto, adquirindo as competências e habilidades a serem desenvolvidas no mercado Omnichannel”.

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

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

02

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

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

03

Construindo agentes de mudança

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

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

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

05

Desenvolvimento de projetos próprios

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

06

Aumento da competitividade

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



12

Certificado

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



“

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

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

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

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

Título: **Executive Master MBA em Gestão de Vendasde Moda e Luxo**

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.



Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo

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

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de
Vendas de Moda e Luxo

