

# Mestrado Próprio

## MBA Internacional

**M B A I**



**tech** universidade  
tecnológica

## Executive Master MBA Internacional

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Destinado a: graduados universitários e profissionais com experiência comprovada em Management

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

# Índice

01

Boas-vindas

---

*pág. 4*

02

Por que estudar na TECH?

---

*pág. 6*

03

Por que o nosso programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competências

---

*pág. 20*

06

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 24*

07

Metodologia

---

*pág. 40*

08

Perfil dos nossos alunos

---

*pág. 48*

09

Direção do curso

---

*pág. 52*

10

Impacto para a sua carreira

---

*pág. 70*

11

Benefícios para a sua empresa

---

*pág. 74*

12

Certificado

---

*pág. 78*

# 01

# Boas-vindas

A globalização conduziu à criação de diferentes mercados altamente competitivos. As empresas necessitam adaptar-se ao novo cenário e conquistar uma posição internacional, estabelecendo-se nos mercados estrangeiros e expandindo seus negócios. Para isso, é fundamental desenvolver as competências adequadas para uma gestão de negócios. Com este programa você terá a oportunidade de aprender como gestionar um negócio com sucesso e dominar as mudanças na área financeira, bem como no campo estratégico das empresas que estão em processo de internacionalização.



MBA Internacional  
TECH Universidade Tecnológica



“

*As empresas globalizadas atuam em cenários altamente competitivos, portanto os profissionais necessitam dispor das qualificações adequadas para gestioná-las”*

02

# Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

*A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial”*

## Na TECH Universidade Tecnológica



### Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



### Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

**95%**

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



### Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

**+100.000**

gestores capacitados a cada ano

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

**+500**

Acordos de colaboração com as melhores empresas



### Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.



A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



### Análise

---

A TECH explora o lado crítico do aluno, sua capacidade de questionar as coisas, suas habilidades interpessoais e de resolução de problemas.



### Excelência acadêmica

---

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



### Economia de escala

---

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.

### Aprenda com os melhores

---



Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



*Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"*

03

# Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

*Contamos com um corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”*

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

### Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

*70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.*

02

### Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

*Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.*

03

### Consolidar o aluno na gestão empresarial

Estudar na TECH significa abrir as portas para um cenário profissional de grande importância, para que o aluno possa se posicionar como um gestor de alto nível, com uma ampla visão do ambiente internacional.

*Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.*

04

### Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

*45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.*

05

### Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

*Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.*

06

### Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

*20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.*

07

### Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

*Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.*

08

### Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

*Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.*

# 04

# Objetivos

Este programa foi elaborado para fortalecer as aptidões de gestão e liderança dos alunos, assim como desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais em seu desenvolvimento profissional. Ao final do programa, você poderá tomar decisões abrangentes com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional.



“

*Conquiste seus objetivos profissionais  
com o avançado conhecimento que  
você adquirirá com este programa”*

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

O MBA Internacional lhe permitirá:

01

Definir os elementos fundamentais que compõem as finanças corporativas, analisando as variáveis envolvidas na tomada de decisões de investimentos, a fim de maximizar o valor econômico da organização

02

Explicar a importância dos demonstrativos financeiros da empresa, interpretando a política de pagamento de dividendos, tipos de dívidas, tipos de autofinanciamento, etc.

03

Estabelecer as relações que refletem seu status com a governança corporativa e finanças corporativas internacionais





04

Definir os elementos da estratégia como o principal fundamento da gestão estratégica internacional

05

Analisar o comportamento estratégico das operações em diferentes níveis

06

Descrever a lógica do processo de gestão estratégica e o significado de cada uma de suas fases

07

Definir as relações básicas da empresa com seu ambiente

08

Analisar a influência dos stakeholders ou grupo de interesses sobre a empresa

09

Desenvolver a capacidade de Detectar, Analisar e Resolver Problemas.





10

Identificar os diferentes caminhos de crescimento que as empresas podem escolher

11

Descrever as características, problemas e implicações humanas, econômicas, político e jurídicas e organizacionais das diferentes modalidades de desenvolvimento estratégico

12

Conhecer todas as ferramentas financeiras derivadas para a cobertura de possíveis flutuações de preços das matérias-primas

05

# Competências

Após aprovar as avaliações do MBA Internacional, o profissional terá adquirido as competências necessárias para desenvolver uma prática de qualidade e atualizada baseando-se na metodologia didática mais inovadora.



“

*Adquira as competências essenciais visando o sucesso no mercado internacional ao competir com os melhores”*

01

Gerenciar estrategicamente em ambientes globalizados, alcançando sucesso a nível empresarial

02

Gerenciar com sucesso uma empresa internacional e seus recursos humanos

03

Apostar pela inovação e criação para o design de novos produtos

04

Conhecer detalhadamente a distribuição e a organização de uma companhia multinacional

05

Realizar investimentos internacionais de alto valor para a rentabilidade da empresa



06

Gerenciar e dirigir adequadamente todos os departamentos da empresa

08

Desenvolver o Marketing Digital e o comércio eletrônico como uma parte indispensável da companhia

09

Gerenciar todos os processos da empresa para controlar os níveis de qualidade do departamento

07

Conhecer a tributação internacional que será aplicável à empresa devido a sua participação em mercados globalizados

10

Conhecer a fundo as regulamentações internacionais que devem ser levadas em consideração na realização de negócios internacionais



# 06

## Estrutura e conteúdo

O MBA Internacional é um programa elaborado à sua medida, ministrado em um formato 100% online, permitindo que você determine a hora e o lugar mais adequado à sua disponibilidade.

O objetivo deste programa de 12 meses é ser uma experiência única e motivadora que estabelecerá as bases para garantir o seu sucesso como International Business Manager



“

*Um abrangente plano de estudos visando a autogestão na aprendizagem, permitindo desenvolver as habilidades mais relevantes para o sucesso nos negócios internacionais”*

## Plano de estudos

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

No decorrer de 2.700 horas de estudo, o aluno analisará uma infinidade de casos práticos mediante um trabalho individual, a fim de atingir uma aprendizagem abrangente que será de grande utilidade em sua prática diária. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Um programa que aborda detalhadamente as diferentes áreas de uma empresa, cuja finalidade é proporcionar aos profissionais uma compreensão da gestão de negócios internacionais, partindo de uma perspectiva estratégica e inovadora.

Um plano elaborado para você, focado no seu aperfeiçoamento profissional e que lhe prepara para alcançar a excelência no campo da gestão e do gerenciamento empresarial. 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 16 módulos:

<b>Módulo 1</b>	Habilidades Gerenciais
<b>Módulo 2</b>	Organização, pessoas e cultura organizacional
<b>Módulo 3</b>	Finanças Corporativas I
<b>Módulo 4</b>	Finanças Corporativas II
<b>Módulo 5</b>	Finanças internacionais
<b>Módulo 6</b>	Gestão internacional de pessoas e gestão da diversidade
<b>Módulo 7</b>	Gestão de Operações Internacionais
<b>Módulo 8</b>	Marketing e vendas internacionais
<b>Módulo 9</b>	Marketing Internacional
<b>Módulo 10</b>	Tributação internacional
<b>Módulo 11</b>	Planejamento de Projetos
<b>Módulo 12</b>	Business & Internacional Strategy
<b>Módulo 13</b>	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
<b>Módulo 14</b>	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
<b>Módulo 15</b>	Gestão Comercial e Marketing Estratégico
<b>Módulo 16</b>	Gestão Executiva



### Onde, quando e como é ensinado?

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

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

**Módulo 1. Habilidades Gerenciais**

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

- 1.1.1. Comunicação interpessoal
- 1.1.2. Habilidades de comunicação e influência
- 1.1.3. Obstáculos à comunicação

**1.2. Comunicação e Liderança**

- 1.2.1. Liderança e estilos de liderança
- 1.2.2. Motivação
- 1.2.3. Capacidades e habilidades do líder 2.0

**1.3. Branding pessoal**

- 1.3.1. Estratégias para o branding pessoal
- 1.3.2. Leis de branding pessoal
- 1.3.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

**1.4. Gestão de equipes**

- 1.4.1. Equipes de trabalho e a gestão de reuniões
- 1.4.2. Gestão de processos de mudança
- 1.4.3. Gestão de equipes multiculturais
- 1.4.4. Coaching

**1.5. Negociação e resolução de conflitos**

- 1.5.1. Técnicas efetivas de negociação
- 1.5.2. Conflitos interpessoais
- 1.5.3. Negociação intercultural

**1.6. Inteligência emocional**

- 1.6.1. Inteligência emocional e comunicação
- 1.6.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 1.6.3. Autoestima e Linguagem Emocional

**1.7. Capital relacional: Coworking**

- 1.7.1. Gestão do capital humano
- 1.7.2. Análise de desempenho
- 1.7.3. Gestão da igualdade e diversidade
- 1.7.4. Inovação na gestão de pessoas

**1.8. Gestão do tempo**

- 1.8.1. Planejamento, organização e controle
- 1.8.2. Metodologia de gestão do tempo
- 1.8.3. Planos de ação
- 1.8.4. Ferramentas para a gestão eficaz do tempo

**1.9. Teoria dos jogos**

**1.10. Gestão da mudança estratégica**

**Módulo 2. Organização, pessoas e cultura organizacional**

**2.1. Organizações, tipologia e aspectos fundamentais**

- 2.1.1. Taxonomia de organizações de acordo com tamanho/escala e funções Grande Corporação vs. Média empresa
- 2.1.2. Caso particular: *Start up*

**2.2. A função de Recursos Humanos**

- 2.2.1. Enclave na organização
- 2.2.2. Principais restrições à função de RH
  - 2.2.2.1. Legais
  - 2.2.2.2. Organização.
  - 2.2.2.3. Talento
- 2.2.3. Principais atribuições

**2.3. Departamentos internos**

- 2.3.1. Gestão do talento
- 2.3.2. Gestão de desempenho
- 2.3.3. Capacitação e Desenvolvimento
- 2.3.4. Cultura empresarial

**2.4. Dimensionamento de departamentos**

- 2.4.1. Cadeia de valor
- 2.4.2. Análise de lacunas pessoas - empregos
- 2.4.3. Carga de trabalho e dimensionamento
- 2.4.4. Alavancas de eficiência
  - 2.4.4.1. Redefinição do catálogo de serviços
  - 2.4.4.2. Consolidação
  - 2.4.4.3. Automação
  - 2.4.4.4. Outsourcing

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

- 2.5.1. Produtividade
- 2.5.2. Alavancas para produtividade
- 2.5.3. Alavancas de atração, retenção e atração talentos

**2.6. Compensação monetária x. Não monetária**

- 2.6.1. Modelos de faixas salariais
- 2.6.2. Modelos de compensação não monetária
  - 2.6.2.1. Modelos de trabalho
  - 2.6.2.2. Comunidade corporativa
  - 2.6.2.3. Imagem da empresa
- 2.6.3. Compensação monetária x. Não monetária

**2.7. Cultura empresarial**

- 2.7.1. Alinhamento de cultura e objetivos estratégicos
- 2.7.2. Estrutura de um projeto típico
- 2.7.3. A cultura corporativa e sua implementação

**2.8. Gestão de mudanças**

- 2.8.1. Componentes de análise na gestão de mudança
- 2.8.2. Importância da Gestão do Mudanças em Projetos Complexos
- 2.8.3. Estrutura de um projeto típico

**2.9. Transformação em ambientes corporativos complexos**

- 2.9.1. Transformação
- 2.9.2. Estrutura de um projeto típico
- 2.9.3. Facilitadores de transformação

**2.10. Transformação x. Gestão de mudanças**

- 2.10.1. Principais diferenças no projeto
- 2.10.2. Papel gestor de mudança x. Gestor de Transformação
- 2.10.3. Ferramentas de gestão

**Módulo 3. Finanças Corporativas I****3.1. Introdução às finanças corporativas**

- 3.1.1. O ambiente financeiro da empresa
  - 3.1.1.1. O objetivo financeiro da empresa
  - 3.1.1.2. As necessidades financeiras da empresa
- 3.1.2. O papel da gestão financeira

**3.2. Investimento na empresa**

- 3.2.1. Classificação dos investimentos na empresa
- 3.2.2. Fases de análise dos investimentos

**3.3. Avaliação de investimentos**

- 3.3.1. Avaliação de investimentos: VAN, TIR e Recuperação
  - 3.3.1.1. O critério do Valor Presente Líquido (VPL)
    - 3.3.1.2. O critério da taxa interna de retorno (TIR)
    - 3.3.1.3. A aceitação e ordenação de projetos de investimento de acordo com os critérios da VPL e da TIR
    - 3.3.1.4. O critério do período de recuperação

**3.4. Análise das variáveis envolvidas nas decisões de investimento**

- 3.4.1. Critérios para a determinação dos fluxos de caixa
  - 3.4.1.1. Critérios para a construção de fluxos de caixa
  - 3.4.1.2. Estrutura geral para a construção de fluxos de caixa
  - 3.4.1.3. Classificação de fluxos de caixa
  - 3.4.1.4. O valor residual ou de refugos

**3.5. O financiamento da empresa**

- 3.5.1. Fontes de financiamento
- 3.5.2. Tipos de custo no financiamento
  - 3.5.2.1. O custo do capital próprio
  - 3.5.2.2. O custo da dívida
  - 3.5.2.3. O custo médio ponderado do capital (WACC) na avaliação de projetos de investimento

**3.6. A estrutura de capital**

- 3.6.1. Capital otimizado, acionistas e impostos
  - 3.6.1.1. A estrutura capital: teorias e conceitos
  - 3.6.1.2. Maximização do valor da empresa versus a maximização dos interesses dos acionistas
  - 3.6.1.3. A influência dos impostos na decisão de estrutura de capital
  - 3.6.1.4. Limites de uso da dívida

**3.7. Avaliação de títulos**

- 3.7.1. Estratégias de investimento em títulos
  - 3.7.1.1. Conceitos, classificação e estratégias de investimento em títulos
  - 3.7.1.2. Comportamento das taxas de juros de mercado
  - 3.7.1.3. Modelo básico de avaliação de títulos
  - 3.7.1.4. Medidas de desempenho e retorno

**3.8. Avaliação de ações**

- 3.8.1. Mercado de valores
- 3.8.2. Avaliação de ações

**3.9. Investimentos com risco**

- 3.9.1. Classificação de riscos
- 3.9.2. A carteira de investimentos ideal de Markowitz
- 3.9.3. O risco e a rentabilidade. O modelo CAPM

**Módulo 4. Finanças Corporativas II**

**4.1. A visão estratégica das finanças corporativas**

- 4.1.1. Estratégias de finanças corporativas em um mundo globalizado
- 4.1.2. Alavancagem operacional
  - 4.1.2.1. Impulso operacional
  - 4.1.2.2. Impulso financeiro

**4.2. A política de pagamento de dividendos**

- 4.2.1. A política de dividendos

**4.3. Os tipos de dívidas**

- 4.3.1. Financiamento interno
  - 4.3.1.1. A curto prazo
  - 4.3.1.2. A longo prazo
- 4.3.2. Financiamento externo
  - 4.3.2.1. A curto prazo
  - 4.3.2.2. A longo prazo

**4.4. Demonstrações financeiras e uso de índices financeiros**

- 4.4.1. Importância das demonstrações financeiras
  - 4.4.1.1. O relatório para acionistas
  - 4.4.1.2. O uso de índices financeiros
    - 4.4.1.2.1. Os índices de liquidez
    - 4.4.1.2.2. Os índices de atividade
    - 4.4.1.2.3. Os índices de endividamento
    - 4.4.1.2.4. Os índices de rentabilidade
    - 4.4.1.2.5. Os índices de mercado

**4.5. Investimentos com risco**

- 4.5.1. Classificação de riscos
  - 4.5.1.1. Medição e classificação de riscos
  - 4.5.1.2. A beta
  - 4.5.1.3. A teoria das carteiras de Markowitz
  - 4.5.1.4. O índice de Sharpe
  - 4.5.1.5. O risco e a rentabilidade. O modelo CAPM

**4.6. Fusões e aquisições**

- 4.6.1. Motivações das fusões e aquisições
- 4.6.2. Fórmulas financeiras para a aquisição de empresas
  - 4.6.2.1. O processo de aquisição
  - 4.6.2.2. O processo de fusão

**4.7. Governança corporativa**

- 4.7.1. Governança corporativa - objetivo e funções
  - 4.7.1.1. A governança corporativa e os custos da agência
  - 4.7.1.2. Supervisão pelo conselho de administração
  - 4.7.1.3. Política de compensação
  - 4.7.1.4. Gestão de conflitos da agência

**4.8. Finanças corporativas internacionais**

- 4.8.1. Mercados de capitais
  - 4.8.1.1. Integrados internacionalmente
  - 4.8.1.2. Segmentados internacionalmente
- 4.8.2. O risco cambial

**4.9. A avaliação e as taxas internacionais**

**4.10. Autofinanciamento**

**Módulo 5. Finanças internacionais****5.1. Business & International Strategy**

- 5.1.1. Internacionalização
- 5.1.2. Globalização
- 5.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 5.1.4. Sistema monetário internacional

**5.2. Mercado de divisas**

- 5.2.1. Transações de divisas
- 5.2.2. O mercado de divisas estrangeiras
- 5.2.3. Instrumentos derivativos para cobertura de riscos cambiais e de taxa de juros
- 5.2.4. Depreciação e valorização da moeda

**5.3. Meios de pagamento e cobrança internacionais**

- 5.3.1. Cédulas, cheques pessoais e cheques bancários
- 5.3.2. Transferência, Ordem de Pagamento e Remessa
- 5.3.3. Cláusulas e créditos documentários
- 5.3.4. Factoring, swap internacional e outros meios

**5.4. Financiamento de operações em mercados internacionais**

- 5.4.1. Incoterms
- 5.4.2. Instrumentos derivados para cobertura de flutuações potenciais de preços de matéria-prima
- 5.4.3. Créditos à exportação com apoio oficial
- 5.4.4. Cobertura com contratos (Swap)
- 5.4.5. O consenso da OCDE

**5.5. Instituições financeiras internacionais**

- 5.5.1. O fundo para a internacionalização da empresa
- 5.5.2. O Grupo do Banco Mundial
- 5.5.3. O Banco Interamericano de Desenvolvimento
- 5.5.4. O Banco de Desenvolvimento do Caribe

**5.6. Formação de taxas de câmbio**

- 5.6.1. Teoria da paridade das taxas de juros
- 5.6.2. Teoria das expectativas de taxas de câmbio
- 5.6.3. Teoria da paridade do poder de compra (PPP)
- 5.6.4. Equilíbrio do mercado de capitais

**5.7. Programas de conversão da dívida**

- 5.7.1. Marco legal
- 5.7.2. Funcionamento
- 5.7.3. Conversão da dívida em investimentos públicos
- 5.7.4. Conversão da dívida em investimentos privados

**5.8. Mercado de ações internacional**

- 5.8.1. Mercado Wall Street (New York)
- 5.8.2. Mercado do ouro
- 5.8.3. Dívida externa mundial
- 5.8.4. Clube de Paris
- 5.8.5. Mercado de títulos ADR e GDR

**Módulo 6. Gestão internacional de pessoas e gestão da diversidade****6.1. Liderança estratégica****6.2. Auditoria e controle da gestão de recursos humanos****6.3. Gestão de talentos em empresas internacionais****6.4. Gestão de carreiras internacionais**

- 6.3.1. Visão global da gestão de talentos
- 6.3.2. O mapa de talentos da organização
- 6.3.3. Tendências culturais e de internacionalização
- 6.3.4. Internacionalização da Gestão de Talentos

- 6.4.1. O perfil do profissional internacional
- 6.4.2. Mobilidade global
- 6.4.3. Gestão de Expatriados

**6.5. Gestão de diversidade**

- 6.5.1. Trabalhando com diversidade
- 6.5.2. Diversidade, RSC e Coaching
- 6.5.3. Gestão da igualdade e diversidade
- 6.5.4. Gestão de equipes multiculturais

**6.6. Novo quadro de relações trabalhistas**

- 6.6.1. Reforma Trabalhista
- 6.6.2. A negociação do acordo coletivo
- 6.6.3. Relaciones estratégicas con los sindicatos
- 6.6.4. Relações trabalhistas e reestruturação empresarial

**6.7. Marketing de RH: uma visão internacional**

- 6.7.1. Marca do empregador
- 6.7.2. Experiência do cliente de RH

**6.8. Multinacionais e direitos humanos**

- 6.8.1. Globalização, direitos humanos e empresas multinacionais
- 6.8.2. Multinacionais e direito internacional
- 6.8.3. Instrumentos legais específicos

**6.9. Gestão da expatriação**

- 6.9.1. Gerenciando o processo de expatriação
- 6.9.2. Repatriação
- 6.9.3. Competências individuais para o sucesso em destinos internacionais

**6.10. Pacote de remuneração para expatriados. Principais complementos e benefícios**

- 6.10.1. Remuneração financeira
- 6.10.2. Local e moeda de pagamento
- 6.10.3. Políticas fiscais

**Módulo 7. Gestão de Operações Internacionais**

7.1. Visão geral. Comércio internacional	7.2. Análise de mercados internacionais	7.3. Foco na presença em mercados externos e comércio eletrônico	7.4. Protecionismo comercial: alfândegas
7.5. Cooperação internacional em matéria de medidas não tarifárias	7.6. Fórmulas contratuais	7.7. Fluxos de investimento direto para o exterior	7.8. Análise dos INCOTERMS da ICC
7.9. Gestão da cadeia logística internacional	7.10. Marketing Internacional		

**Módulo 8. Marketing e vendas internacionais**

<p><b>8.1. A função do Marketing e vendas na consultoria</b></p> <p>8.1.1. Marketing e posicionamento 8.1.2. Relação entre marketing e vendas 8.1.3. Venda na consultoria</p>	<p><b>8.2. Converter uma ideia em uma proposta de mercado</b></p> <p>8.2.1. O processo 8.2.2. A oferta 8.2.3. Validação e viabilidade 8.2.4. Tamanho do mercado: TAM, SAM, SOM 8.2.5. O cliente alvo 8.2.6. Caso de mercado</p>	<p><b>8.3. Estruturação do processo de vendas</b></p> <p>8.3.1. A estrutura geral no processo de vendas 8.3.2. O Funnel de vendas 8.3.3. Fases e marcos de cada parte do processo</p>	<p><b>8.4. O processo de origem</b></p> <p>8.4.1. Fontes de origem 8.4.2. A oportunidade 8.4.3. Próximos passos</p>
<p><b>8.5. Qualificando as oportunidades</b></p> <p>8.5.1. O negócio de seu cliente 8.5.2. Qualificação de oportunidades: processo e critérios 8.5.3. A importância de gerar valor</p>	<p><b>8.6. Interação com diferentes Stakeholders</b></p> <p>8.6.1. O comprador e as outras partes intervenientes 8.6.2. Interagindo com eles: estratégias 8.6.3. Perfis de interação humana: a importância de personalizar a mensagem para o público</p>	<p><b>8.7. Principais componentes de uma proposta</b></p> <p>8.7.1. Estrutura e conteúdo mínimo 8.7.2. Resumo executivo 8.7.3. Escopo e gerenciamento de riscos</p>	<p><b>8.8. A importância da criação de valor em uma proposta de mercado</b></p> <p>8.8.1. Como falar de valor 8.8.2. Diferença entre valor e preço 8.8.3. Diferentes modelos de preços: implicações e riscos</p>
<p><b>8.9. Processo de negociação e fechamento</b></p> <p>8.9.1. Passos típicos em uma negociação 8.9.2. A importância de gerar alternativas 8.9.3. Gestão de riscos e contratos</p>	<p><b>8.10. Liderança de um processo de vendas</b></p> <p>8.10.1. Duração e gerenciamento do processo de vendas 8.10.2. Tecnologia no processo de vendas 8.10.3. Monitoramento do processo 8.10.4. A importância do Feedback</p>		

**Módulo 9. Marketing Internacional****9.1. Pesquisa de mercado internacional**

- 9.1.1. Marketing para Mercados Emergentes
- 9.1.2. Análise PES
- 9.1.3. O que, como e para onde exportar?
- 9.1.4. Estratégias de marketing-mix internacional

**9.2.1. Critérios para de Segmentação de Mercado a Nível Internacional**

- 9.2.2. Nichos de mercado
- 9.2.3. Estratégias de Segmentação Internacional.

**9.3.1. Branding nos mercados internacionais**

- 9.3.2. Estratégias de posicionamento nos mercados internacionais
- 9.3.3. Marcas globais, regionais e locais

**mercados internacionais**

- 9.4.1. Modificação, adaptação e diversificação de produtos
- 9.4.2. Produtos padronizados globais
- 9.4.3. O portfólio de produtos

**9.2. Segmentação Internacional**

- 9.5.1. Cálculo dos Preços de Exportação
- 9.5.2. Incoterms
- 9.5.3. Estratégia Internacional de Preços

**9.3. Posicionamento internacional****Internacional**

- 9.6.1. Qualidade e Marketing Internacional
- 9.6.2. Normas e Certificações
- 9.6.3. Marcação CE

**9.4. Estratégias de produtos nos****9.7. Promoção Internacional**

- 9.7.1. O MIX da Promoção Internacional
- 9.7.3. Propaganda e Publicidade
- 9.7.4. Feiras internacionais
- 9.7.5. Marca do país

**9.5. Preços e exportações****9.8. Distribuição através de Canais Internacionais**

- 9.8.1. Channel & Trade Marketing
- 9.8.2. Consórcios de Exportação
- 9.8.3. Tipos de Exportações e Comércio Exterior

**9.6. Qualidade no Marketing****Módulo 10. Tributação internacional****10.1. Princípios básicos de tributação internacional**

- 10.1.1. Introdução à tributação internacional
- 10.1.2. Princípio de residência vs. Fonte
- 10.1.3. A bitributação internacional, conceitos, classes e soluções

**10.2. Fontes da Fiscalidade Internacional. Tratados Internacionais e Convenções sobre Dupla Tributação**

- 10.2.1. Fontes da Tributação Internacional
- 10.2.2. O que é um tratado internacional?
- 10.2.3. Convenções de Dupla Tributação
- 10.2.4. Os modelos de convenção da OCDE e da ONU
- 10.2.5. O soft law
- 10.2.6. O direito da União Europeia
- 10.2.7. O direito interno

**10.3. Interpretação das Convenções de Dupla Tributação**

- 10.3.1. Primazia da Convenção de Dupla Tributação sobre o ordenamento interno
- 10.3.2. A interpretação das Convenções de Dupla Tributação
- 10.3.3. Âmbito de aplicação dos CDI

**10.4. O Imposto sobre Renda de Não Residentes. Regras gerais de IRNR**

- 10.4.1. O Imposto sobre a Renda de não residentes
- 10.4.2. Interpretação da LIRNR
- 10.4.3. Elementos pessoais
- 10.4.5. Evento tributável

**10.5. Tributação de não residentes sem EP**

- 10.5.1. Rendas obtidas em território espanhol
- 10.5.2. Determinação da dívida tributária em rendas obtidas sem estabelecimento permanente

**10.6. Tributação de não residentes com estabelecimento permanente**

- 10.6.1. Existência de estabelecimento permanente
- 10.6.2. Rendas imputáveis ao estabelecimento permanente
- 10.6.3. Determinação da base tributável
- 10.6.4. Dívida tributária
- 10.6.5. Período impositivo e vencimento
- 10.6.6. Declaração de imposto

**10.7. Imposto sobre a Renda de não Residentes no caso de bens imóveis na Espanha**

- 10.7.1. Tipos de renda sujeitos à tributação
- 10.7.2. Cálculo da base tributável
- 10.7.3. Taxas tributárias aplicáveis
- 10.7.4. Deduções
- 10.7.5. Vencimento
- 10.7.6. Declaração

- 10.7.7. Declaração
- 10.7.8. Rascunho da declaração
- 10.7.9. Retenção em transmissões de imóveis por contribuintes do IRNR sem estabelecimento permanente
- 10.7.10. Gravame especial sobre bens imóveis de entidades não residentes

## 10.8. Entidades sujeitas ao regime de atribuição de renda (ERAR)

- 10.8.1. Entidades espanholas em regime de atribuição de rendas
- 10.8.2. Entidades em regime de atribuição de rendas constituídas na Espanha que realizam uma atividade econômica
- 10.8.3. Entidades em regime de atribuição de rendas constituídas na Espanha que não realizam uma atividade econômica
- 10.8.4. Entidades em regime de atribuição de rendas constituídas no estrangeiro
- 10.8.5. Entidades em regime de atribuição de rendas constituídas no estrangeiro com presença na Espanha
- 10.8.6. Entidades em regime de atribuição de rendas constituídas no estrangeiro sem presença na Espanha

## 10.9. Comparativa não residente União Europeia vs Resto do Mundo

- 10.9.1. Os direitos derivados de ser residente na UE em relação ao IRNR
- 10.9.2. Diferenças no regime do IRNR entre residentes na UE e residentes no resto do mundo
- 10.9.3. Opção para contribuintes residentes de outros estados da União Europeia

## 10.10. Obrigações formais

- 10.10.1. Modelo 206
- 10.10.2. Modelo 216
- 10.10.3. Modelo 210
- 10.10.4. Modelo 211
- 10.10.5. Modelo 213

## Módulo 11. Planejamento de Projetos

### 11.1. O projeto e sua relação com a direção

- 11.1.1. O projeto e a direção de projetos
  - 11.1.1.1. O projeto
  - 11.1.1.2. A administração
  - 11.1.1.3. O ciclo de vida
  - 11.1.1.4. papéis na gestão de projetos
  - 11.1.1.5. Benefícios da gestão de projetos
- 11.1.2. Tipologia de projetos
  - 11.1.2.1. Processos

- 11.1.2.2. Integração e Tecnologia
- 11.1.2.3. Estratégias
- 11.1.3. A organização dos projetos

### 11.2. Considerações relevantes sobre a gestão de projetos

- 11.2.1. PMBOK
  - 11.2.1.1. Aspectos relevantes
  - 11.2.1.2. Principais benefícios
- 11.2.2. *Value Realization Office*
  - 11.2.2.1. Aspectos relevantes
  - 11.2.2.2. Principais benefícios

### 11.2.3. *Waterfall*

- 11.2.3.1. Aspectos relevantes
- 11.2.3.2. Principais projetos visados por esta metodologia
- 11.2.3.3. Principais benefícios
- 11.2.4. AGILE
  - 11.2.4.1. Aspectos relevantes
  - 11.2.4.2. Principais projetos visados por esta metodologia
  - 11.2.4.3. Principais benefícios

### 11.3. Gerenciamento do alcance e expectativas

- 11.3.1. Plano de gestão de alcance
  - 11.3.1.1. O escopo
  - 11.3.1.2. Principais características
  - 11.3.1.3. Verificar o alcance
- 11.3.2. A gestão das expectativas
  - 11.3.2.1. Identificar as expectativas do cliente
  - 11.3.2.2. Alcance x. Expectativas
  - 11.3.2.3. Verificar e fechar o alcance final
- 11.3.3. Riscos e benefícios

### 11.4. Planejamento de projetos

- 11.4.1. Planejamento de um projeto
  - 11.4.1.1. Planejamento de objetivos, atividades e principais marcos
  - 11.4.1.2. Planejamento dos principais produtos a serem entregues
  - 11.4.1.3. Ferramentas de planejamento (*Dashboard*)
- 11.4.2. Planejamento da equipe
  - 11.4.2.1. Técnicas e ferramentas de estimativa de recursos (*Top-down*, *Bottom up*, *estimativa Delphi*, *estimativa paramétrica*, etc.)

- 11.4.2.2. Estimativa de recursos: papéis, responsabilidades e custos
- 11.4.2.3. Plano de continuidade do serviço
- 11.4.3. Planejamento do tempo
  - 11.4.3.1. Sequenciamento de atividades
  - 11.4.3.2. Desenvolvimento do cronograma de trabalho
  - 11.4.3.3. Controle do cronograma de trabalho

### 11.5. Administração da Equipe (RH)

- 11.5.1. Plano de equipe
  - 11.5.1.1. Plano de pessoas
  - 11.5.1.2. Seleção da equipe do projeto
  - 11.5.1.3. Sistemas de avaliação de desempenho
- 11.5.2. Desenvolver a equipe do projeto
  - 11.5.2.1. Aquisição de equipamentos
  - 11.5.2.2. Atribuição da equipe ao projeto

<p>11.5.3. Gestão de equipe de projetos  11.5.3.1. Necessidade de coordenar e liderar a equipe de forma eficaz  11.5.3.2. Ferramentas para gestão colaborativa do trabalho das equipes  11.5.3.3. Gestão de conflitos  11.5.3.4. Plano de continuidade do serviço  11.5.3.5. <i>Feedback</i> e avaliação do desempenho da equipe</p>	<p><b>11.6. Gestão dos custos</b>  11.6.1. Estimativa de custos  11.6.1.1. Plano de gestão de custos  11.6.1.2. Estimativa de custo do projeto  11.6.1.3. Técnicas e ferramentas de gestão de custos  11.6.2. O orçamento  11.6.2.1. Determinando o orçamento</p>	<p>11.6.2.2. Metodologias de seleção de orçamento  11.6.2.3. Técnicas e ferramentas orçamentárias  11.6.3. Controle de custos  11.6.3.1. Objetivos do controle de custos  11.6.3.2. Medição do progresso do custo do projeto  11.6.3.3. Técnicas e ferramentas de controle de custo</p>	<p><b>11.7. Gerenciamento das comunicações</b>  11.7.1. Identificação das partes interessadas (<i>Stakeholders</i>)  11.7.1.1. Identificação de agentes internos e externos  11.7.1.2. Identificação das expectativas das partes interessadas</p>
<p>11.7.1.3. Técnicas e ferramentas de identificação e categorização das partes interessadas  11.7.2. O Plano de Comunicação  11.7.2.1. Identificação das principais mensagens para cada tipo de agente  11.7.2.2. Identificação e definição dos principais canais de comunicação  11.7.2.3. Análise dos requisitos de comunicação  11.7.2.4. Tipologia das comunicações: verbal-escrita / formal-informal  11.7.2.5. Técnicas e ferramentas de comunicação</p>	<p>11.7.3. Monitoramento das ações de comunicação  11.7.3.1. Planejamento de ações (cronograma, recursos, prazos, resultados esperados, etc.)  11.7.3.2. Ferramentas de controle das ações de comunicação  11.7.3.3. Mensuração dos resultados das ações de comunicação</p>	<p><b>11.8. Gestão da qualidade</b>  11.8.1. Análise e controle de qualidade (<i>Quality Analysis - QA</i>)  11.8.1.1. Gestão da Qualidade  11.8.1.2. O alcance esperado  11.8.1.3. Os indicadores (padrões) de medição de qualidade  11.8.2. Ações de garantia de qualidade  11.8.2.1. Planejamento das atividades de revisão: relatórios mensais, anuais, etc.  11.8.2.2. Auditorias de qualidade  11.8.2.3. Melhoria contínua</p>	<p>11.8.3. Controle de qualidade do projeto  11.8.3.1. Ferramentas de <i>Feedback</i> da qualidade das entregas  11.8.3.2. Gerenciamento de conformidades e não conformidades de entregas  11.8.3.3. O <i>“Peer Review”</i> e seus principais benefícios  11.8.3.4. Medição da qualidade das entregas</p>
<p><b>11.9. Gerenciamento de risco</b>  11.9.1. Planejamento de risco  11.9.1.1. Planejamento de gerenciamento de risco  11.9.1.2. Identificação de riscos  11.9.1.3. Ferramentas de categorização de risco  11.9.2. Monitoramento do plano de contingência  11.9.2.1. Análise de risco quantitativa e qualitativa</p>	<p>11.9.2.2. Avaliação da probabilidade e do impacto  11.9.2.3. Ferramentas de monitoramento  11.9.3. Monitoramento e controle de riscos  11.9.3.1. Registro de risco: proprietários, ações, sintomas, níveis de risco  11.9.3.2. Planejamento de ações de mitigação  11.9.3.3. Auditoria e monitoramento de riscos  11.9.3.4. Monitoramento dos resultados dos planos de ação implementados  11.9.3.5. Re-avaliação de risco</p>	<p><b>11.10. Encerramento do Projeto e Gerenciamento de Mudanças</b>  11.10.1. Gerenciamento de mudanças  11.10.1.1. Transferência de conhecimento  11.10.1.2. Fases da transferência de conhecimento  11.10.1.3. Planejamento da transferência de conhecimento: capacitação, materiais, etc.  11.10.2. Encerramento do projeto  11.10.2.1. Levantamento de informações</p>	<p>11.10.2.2. Análise final e principais conclusões  11.10.2.3. A Reunião de encerramento  11.10.2.4. A análise das seguintes etapas  11.10.3. O impacto do projeto  11.10.3.1. A importância de medir os impactos alcançados  11.10.3.2. Impacto dentro da organização  11.10.3.3. Gestão do impacto sobre o cliente</p>

## Módulo 12. Bussiness & Internacional Strategy

### 12.1. Business & International Strategy

- 12.1.1. Internacionalização
- 12.1.2. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 12.1.3. Sistema monetário internacional

### 12.2. Gestão estratégica de negócios internacionais

- 12.2.1. A internacionalização na nova ordem mundial
- 12.2.2. A influência da cultura nos negócios internacionais
- 12.2.3. A seleção de mercados e países
- 12.2.4. Realocação e *Offshoring*

### 12.3. Estratégias de internacionalização

- 12.3.1. Razões e exigências para entrar em mercados estrangeiros
- 12.3.2. Alianças estratégicas no processo de expansão internacional
- 12.3.3. Formas de entrar em novos mercados internacionais

### 12.4. Decisões de internacionalização

- 12.4.1. Estudos de Mercado e tomada de decisões
- 12.4.2. Escolha do local e modo de operação
- 12.4.3. Escolhendo a forma jurídica adequada

### 12.5. Etapas do processo de internacionalização

- 12.5.1. Análise da demanda internacional
- 12.5.2. Diagnóstico do potencial de exportação
- 12.5.3. Planejamento da Internacionalização
- 12.5.4. Etapas da exportação

### 12.6. Internacionalização de acordo com o tipo de empresa

- 12.6.1. Empresas de produtos e empresas de serviços
- 12.6.2. Empresas internacionalizadas e multinacionais
- 12.6.3. As PMEs e seu modelo de internacionalização

### 12.7. Obstáculos à internacionalização

- 12.7.1. Restrições legais
- 12.7.2. Obstáculos logísticos, financeiros e comerciais
- 12.7.3. Obstáculos ao investimento direto

### 12.8. *Cross-Cultural Management*

- 12.8.1. Dimensão cultural da gestão internacional
- 12.8.2. Globalização na gestão empresarial
- 12.8.3. Liderança intercultural

### 12.9. Diversidade internacional e desempenho

### 12.10. Variedade de produtos e mercados

## Módulo 13. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

### 13.1. Globalização e Governança

- 13.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 13.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
- 13.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa

### 13.2. Ética empresarial

- 13.2.1. Ética e moral
- 13.2.2. Ética empresarial
- 13.2.3. Liderança e ética nas empresas

### 13.3. Sustentabilidade

- 13.3.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 13.3.2. Agenda 2030
- 13.3.3. Empresas Sustentáveis

### 13.4. Responsabilidade Social da Empresa

- 13.4.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 13.4.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 13.4.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

### 13.5. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 13.5.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 13.5.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 13.5.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
- 13.5.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

### 13.6. Multinacionais e direitos humanos

- 13.6.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 13.6.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 13.6.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

### 13.7. Entorno legal e *Corporate Governance*

- 13.7.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 13.7.2. Propriedade intelectual e industrial
- 13.7.3. Direito Internacional do Trabalho

**Módulo 14. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos****14.1. Gestão estratégica de pessoas**

- 14.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
- 14.1.2. Gestão estratégica de pessoas

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

- 14.2.1. Análise do potencial
- 14.2.2. Política de remuneração
- 14.2.3. Planos de carreira/sucessão

**14.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho**

- 14.3.1. Gestão de desempenho
- 14.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo

**14.4. Inovação na gestão de talento e de pessoas**

- 14.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
- 14.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
- 14.4.3. Lealdade e retenção
- 14.4.4. Proatividade e inovação

**14.5. Motivação**

- 14.5.1. A natureza da motivação
- 14.5.2. Teoria das expectativas
- 14.5.3. Teorias de necessidades
- 14.5.4. Motivação e compensação financeira

**14.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho**

- 14.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
- 14.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

**14.7. Comunicação gerencial**

- 14.7.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
- 14.7.2. Departamento de Comunicação
- 14.7.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)

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

- 14.8.1. Produtividade
- 14.8.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

## Módulo 15. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

### 15.1. Gestão Comercial

- 15.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
- 15.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
- 15.1.3. O papel dos gerentes comerciais

### 15.2. Marketing

- 15.2.1. Conceito de Marketing
- 15.2.2. Noções básicas de marketing
- 15.2.3. Atividades de marketing da empresa

### 15.3. Gestão estratégica de Marketing

- 15.3.1. Conceito de marketing estratégico
- 15.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
- 15.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing

### 15.4. Marketing digital e e-commerce

- 15.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
- 15.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
- 15.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
- 15.4.4. Categorias do comércio eletrônico
- 15.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional

### 15.5. Marketing digital para fortalecer a marca

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

### 15.6. Marketing digital para atrair e reter clientes

- 15.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 15.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 15.6.3. Hipersegmentação

### 15.7. Gerenciamento de campanhas digitais

- 15.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 15.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
- 15.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital

### 15.8. Estratégia de Vendas

- 15.8.1. Estratégia de Vendas
- 15.8.2. Métodos de Vendas

### 15.9. Comunicação Corporativa

- 15.9.1. Conceito
- 15.9.2. Importância da comunicação na organização
- 15.9.3. Tipo de comunicação na organização
- 15.9.4. Função da comunicação na organização
- 15.9.5. Elementos da comunicação
- 15.9.6. Problemas de comunicação
- 15.9.7. Cenários da comunicação

### 15.10. Comunicação e reputação digital

- 15.10.1. Reputação online
- 15.10.2. Como medir a reputação digital?
- 15.10.3. Ferramentas de reputação online
- 15.10.4. Relatório de reputação online
- 15.10.5. *Branding* online

**Módulo 16. Gestão Executiva****16.1. Management**

- 16.1.1. Conceito de Geral Management
- 16.1.2. A ação do gerente geral
- 16.1.3. O Gerente Geral e suas funções
- 16.1.4. Transformando o trabalho de gestão

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

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

**16.3. Gestão operacional**

- 16.3.1. Importância da gestão
- 16.3.2. A cadeia de valor
- 16.3.3. Gestão de Qualidade

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

- 16.4.1. A comunicação interpessoal
- 16.4.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 16.4.3. A comunicação na organização
- 16.4.4. Ferramentas na organização

**16.5. Comunicação em situações de crise**

- 16.5.1. Crise
- 16.5.2. Fases da crise
- 16.5.3. Mensagens: conteúdo e momentos

**16.6. Preparando um plano de crise**

- 16.6.1. Análise de problemas potenciais
- 16.6.2. Planejamento
- 16.6.3. Adequação de 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



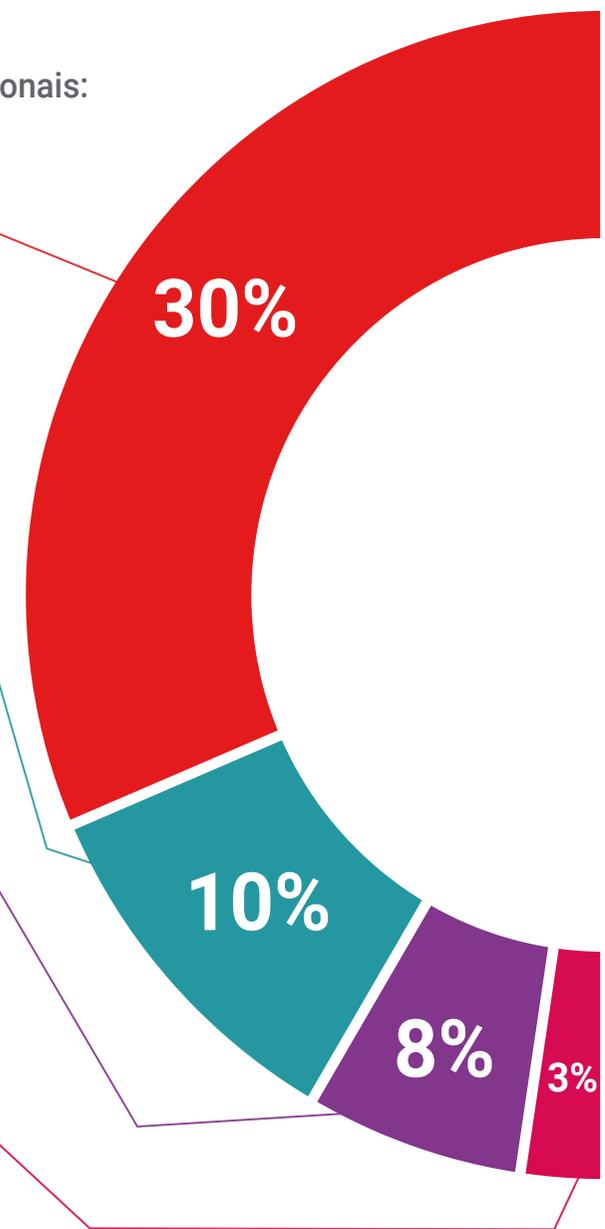
#### Práticas de habilidades gerenciais

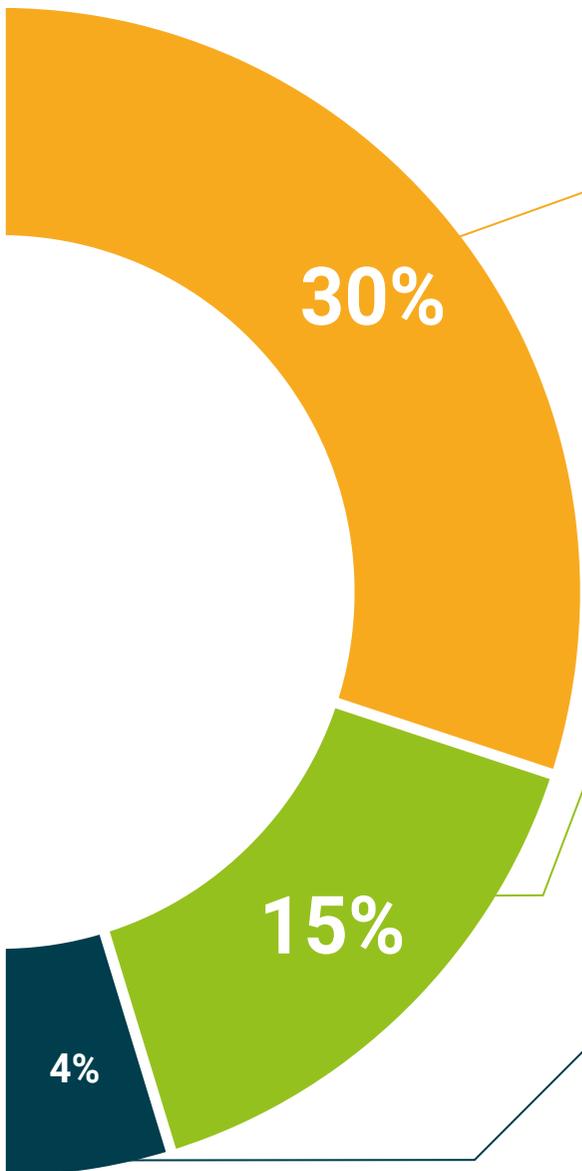
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### 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 Internacional é um programa destinado ao profissional da área de negócios internacionais que deseja atualizar seus conhecimentos, descobrir novas formas de gestionar e liderar suas empresas, assim como avançar na carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.





“

*Nossos alunos são profissionais experientes  
visando uma melhor posição”*

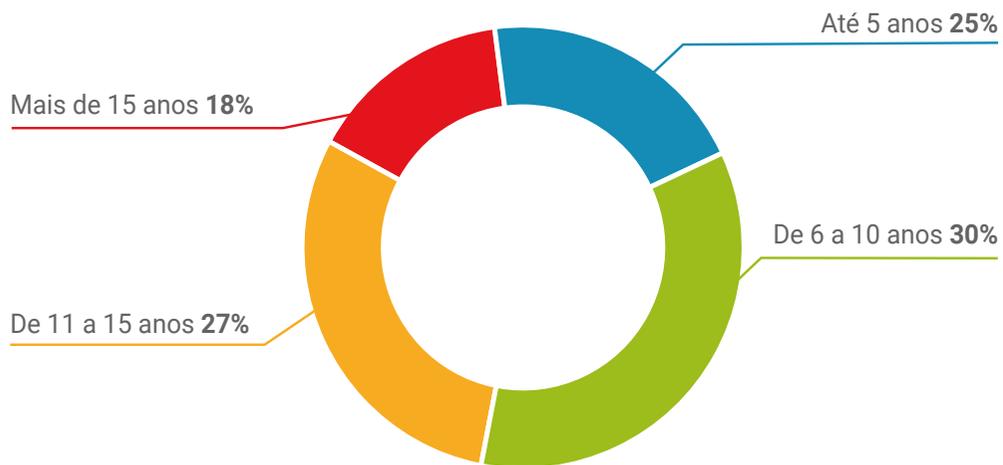
### Média de idade

---

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

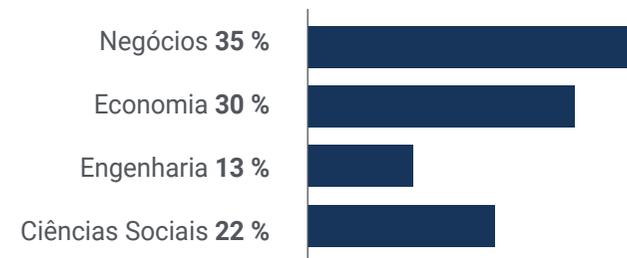
### Anos de experiência

---



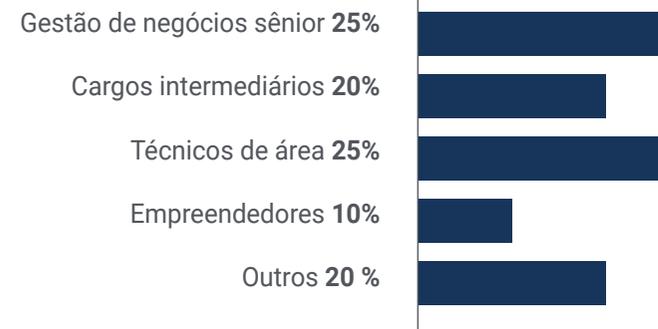
### Formação

---

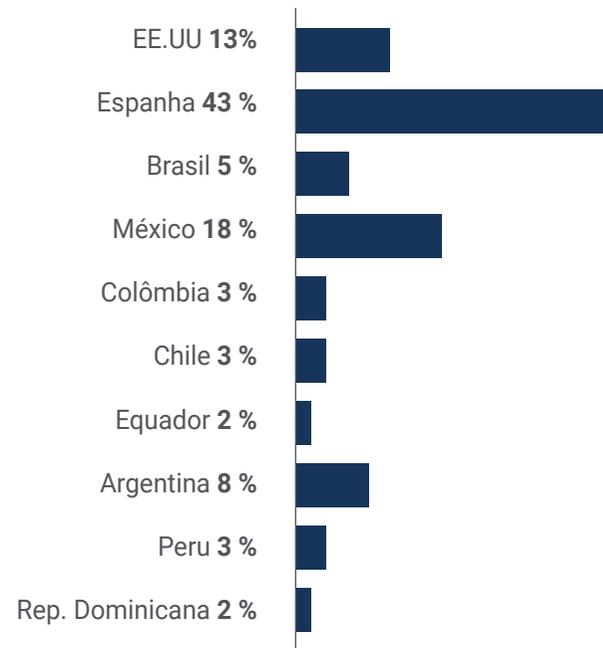


### Perfil acadêmico

---



## Distribuição geográfica



## Héctor Albereda

Business Manager EUA e Asia

*"Os negócios internacionais exigem uma ampla capacitação e conhecimento de finanças e mercados globalizados. Portanto, a atualização dos conhecimentos é indispensável, uma vez que trabalha-se em um cenário altamente competitivo e dinâmico. Por sorte, encontrei na TECH este programa que recomendo a todos aqueles que pretendem aperfeiçoar-se nesta área"*

09

# Direção do curso

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



“

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

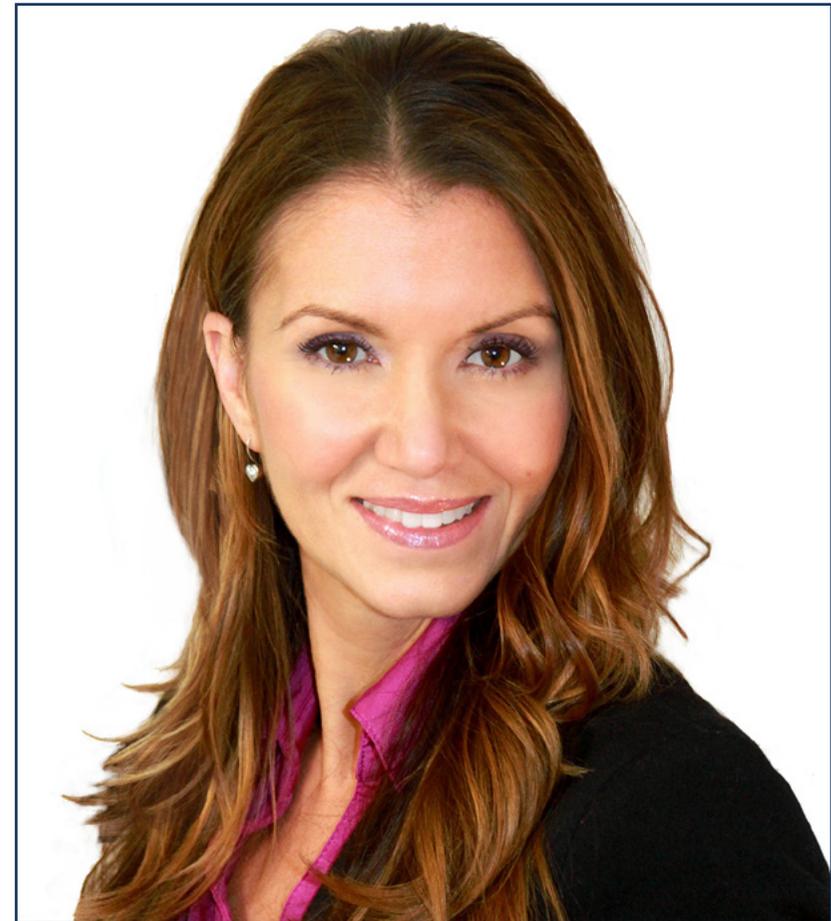
## Diretora Internacional Convidada

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

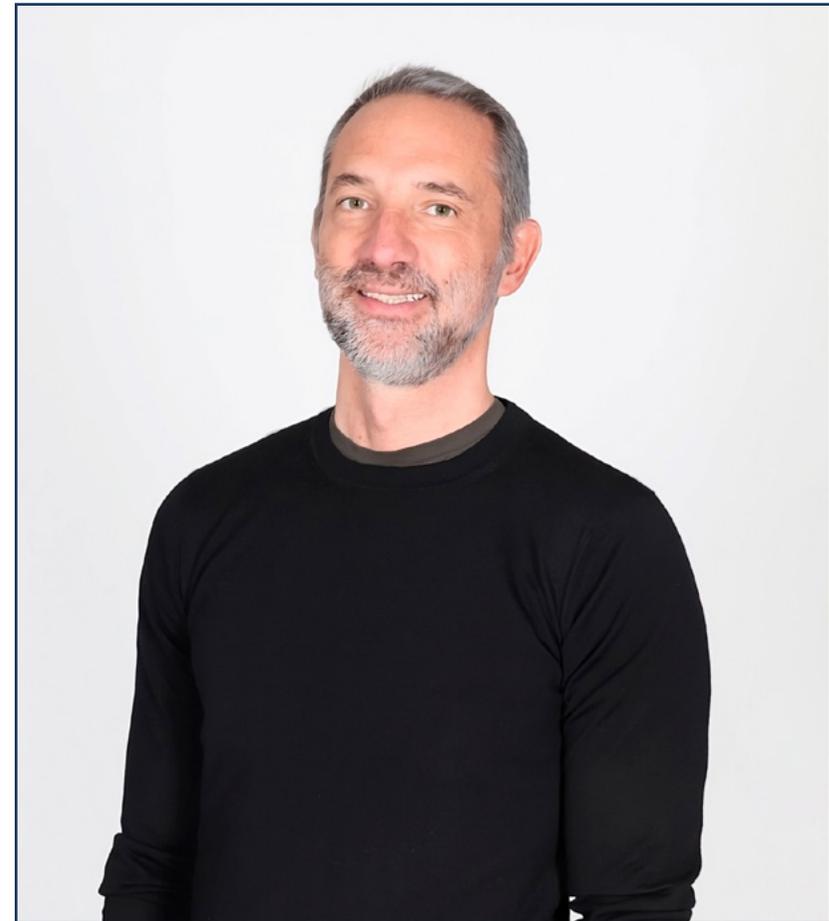
Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um impacto significativo no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a Produtos, Merchandising e Comunicação, sempre associado a marcas de prestígio como Giorgio Armani,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

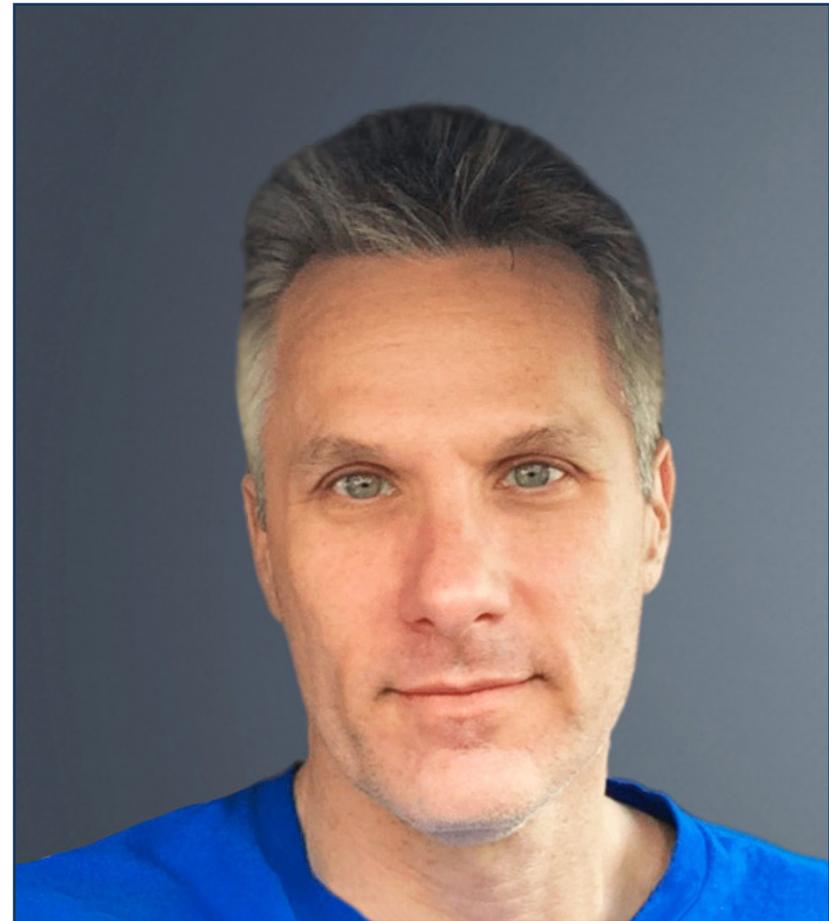
## Diretor Internacional Convidado

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 a ser alcançado com este grande esforço é o crescimento profissional, portanto, com este Mestrado Próprio você terá grandes possibilidades de alcançá-lo. Não perca a oportunidade que a TECH lhe oferece em especializar-se com a melhor equipe nesta área de alta demanda profissional.



“

*Nosso principal desafio é gerar uma mudança positiva na sua carreira e, portanto, estamos totalmente envolvidos em ajudá-lo a alcançá-la"*

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

O MBA Internacional da TECH é um programa intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios, bem como tomar decisões comerciais internacionais. Seu principal objetivo é impulsionar o crescimento pessoal e profissional. Contribuindo para que alcancem o sucesso.

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

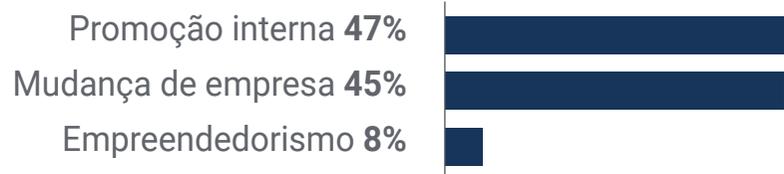
*Conduza com sucesso os negócios internacionais e conquiste os objetivos de sua empresa.*

*Conclua este abrangente programa e conquiste a qualificação profissional desejada.*

### 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 Internacional contribui em elevar o talento da organização ao seu potencial máximo, através da capacitação de líderes de alto nível. Portanto, participar deste programa acadêmico é uma oportunidade única para adquirir as habilidades necessárias para se desenvolver na alta gestão, e também para construir uma poderosa rede de contatos na qual se pode encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

*Depois de estudar na TECH, você poderá trazer para a sua empresa uma nova visão de negócios com a qual poderá realizar mudanças relevantes na organização”*

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 Internacional 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 Internacional** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

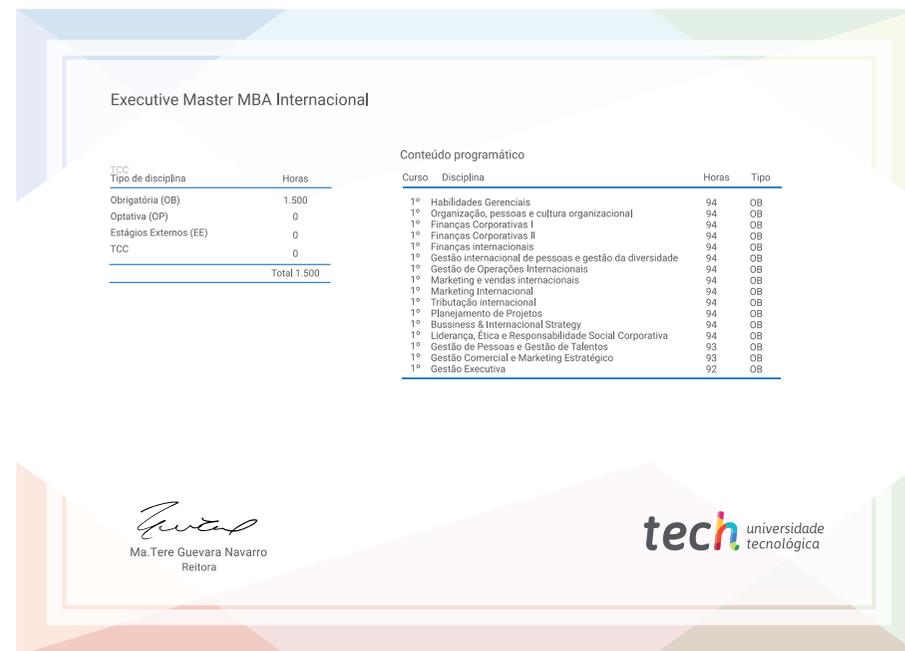
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de **Executive Mastero** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 Internacional**

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 Internacional

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

# Executive Master MBA Internacional