

# Executive Master

## MBA em Negócios Digitais

**M B A N D**



**tech** universidade  
tecnológica

## Executive Master MBA em Negócios Digitais

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Destinado a: graduados e profissionais com experiência em gestão ou direção.

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

# 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. 38
			08	Perfil dos nossos alunos	pág. 46	09	Direção do curso	pág. 50	10	Impacto para a sua carreira	pág. 72
						11	Benefícios para a sua empresa	pág. 76	12	Certificado	pág. 80

# 01

# Boas-vindas

As novas tecnologias estão aqui para ficar. As empresas passaram por uma mudança drástica na forma como se administram, vendem seus produtos e atendem seus clientes. Por isso, a gestão empresarial de hoje deve se concentrar no mundo digital a fim de alcançar um crescimento notável para atender às necessidades dos clientes. Neste sentido, o tradicional tem ocupado um lugar secundário, como evidenciado pelas mudanças no consumo dos cidadãos, que estão optando cada vez mais pelas compras online. Portanto, o conteúdo deste programa da TECH será complementado por uma série de 10 *Masterclasses* exclusivas e complementares, ministradas por um especialista de prestígio internacional em Marketing Digital.



MBA em Negócios Digitais  
TECH Universidade Tecnológica



“

*Você gostaria de se especializar em Marketing Digital? Agora você pode fazê-lo graças à TECH! Um prestigiado Diretor Internacional Convidado ministrará 10 Masterclasses exclusivas nesta área dinâmica”*

02

# Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Somos 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 estudante para ajudá-los 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 o maior reconhecimento internacional que lhe dará as chaves para se desenvolver em um mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de todo empresário.

“Microsoft Europe Success Story” por incorporar aos nossos programas o inovador sistema interativo multivídeo.



### Máxima exigência

O critério de admissão na TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar com a gente. Entretanto, para obter um diploma na TECH serão testados os limites da inteligência e da capacidade do estudante. Nossos padrões acadêmicos são muito altos...

**95%**

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



### Networking

Na TECH participam profissionais de todo o mundo, para que os estudantes possam criar uma grande rede de contatos que será útil para seu futuro.

**+100.000**

gerentes capacitados cada ano.

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. 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 seu talento no mundo dos negócios. Uma oportunidade onde você poderá demonstrar suas inquietações e sua visão de negócios.

A TECH ajuda os estudantes a mostrar ao mundo seu talento no final deste programa.



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno poderá desfrutar de uma experiência única. Você estudará em um contexto multicultural. Em um programa com visão global, onde você poderá conhecer sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando as informações mais recentes que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH vêm de mais de 200 nacionalidades.



A TECH busca a excelência e, para isso, tem 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, sua habilidade de resolver problemas e suas habilidades interpessoais.



### 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 num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário acadêmico mais exigente.



### Economia de escala

---

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



### Aprenda com os melhores

---

A equipe de professores da TECH explica em sala de aula o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando em um contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente comprometidos em oferecer uma especialização de qualidade que permita aos estudantes avançar em suas carreiras e se destacar no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

# Por que o nosso programa?

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

É um desafio que supõe esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. Você aprenderá com a melhor equipe docente e com a mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

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

Este programa lhe proporcionará uma infinidade de vantagens profissionais e pessoais, incluindo as seguintes:

01

### **Dar um impulso definitivo à carreira do estudante**

Ao estudar na TECH, os estudantes poderão assumir o controle de seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, você adquirirá as habilidades necessárias para fazer uma mudança positiva em sua carreira em um curto período de tempo.

*70% dos participantes desta especialização alcançam uma mudança positiva na carreira em menos de 2 anos.*

02

### **Você desenvolverá uma visão estratégica e global da empresa**

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para entender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

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

03

### **Você se consolidará na alta administração de empresas**

Estudar na TECH significa abrir as portas para um panorama profissional de grande importância para que os estudantes possam se posicionar como gerentes de alto nível, com uma ampla visão do ambiente internacional.

*Você trabalhará em mais de 100 casos reais de alta gestão.*

04

### **Você assumirá novas responsabilidades**

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar seu trabalho profissional em um ambiente em mudança.

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

05

### Você terá acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH inter-relaciona seus alunos para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

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

06

### Você desenvolverá seu projeto empresarial de forma rigorosa

Você terá uma visão estratégica profunda que lhe ajudará a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

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

07

### Você irá melhorar suas *habilidades sociais* e de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver seus conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

*Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsione a sua profissão.*

08

### Você fará parte de uma comunidade exclusiva

Nós lhe oferecemos a oportunidade de fazer parte de uma comunidade de gerentes de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Tecnológica.

*Proporcionamos uma oportunidade única de especialização com uma equipe de professores internacionalmente reconhecidos.*

# 04

# Objetivos

Este programa foi desenhado para fortalecer as habilidades de gerenciamento e liderança, além de desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais em seu desenvolvimento profissional. Ao concluir o programa, o profissional será capaz de tomar decisões abrangentes com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional.



“

*Um dos nossos principais objetivos é ajudar você a desenvolver as habilidades essenciais para administrar estrategicamente o seu negócio”*

Seus objetivos são os objetivos da TECH.  
Trabalhamos juntos para alcançá-los!

O MBA em Negócios Digitais irá capacitá-lo para:

01

Desenvolver estratégias para criar novas oportunidades nos mercados existentes

04

Ser capaz de desenvolver um plano de negócios

02

Entender o ambiente competitivo no qual nossos negócios operam



03

Desenvolver estratégias para criar novos mercados e novos negócios

05

Conhecimento profundo das etapas de criação de uma empresa

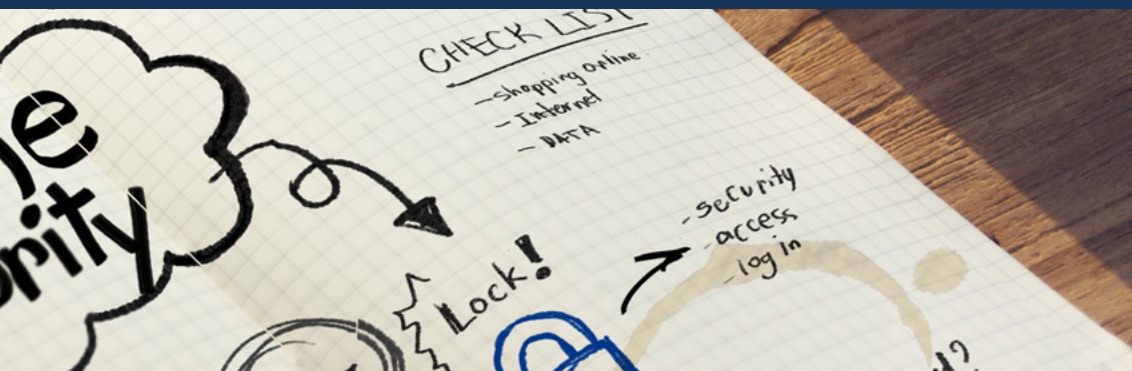


06

Implementar estratégias de digitalização para uma empresa, tomando as decisões certas para alcançar os objetivos planejados

08

Liderar processos de mudança de negócios baseados na digitalização



09

Realizar estratégias de marketing digital e comércio eletrônico

07

Analisar e identificar os fatores de dificuldades ou oportunidades em ambientes digitais

10

Aplicação de ferramentas SEO e SEM em campanhas de marketing

11

Utilizar as mídias sociais para realizar campanhas de marketing e publicidade

14

Projetar e planejar campanhas de reputação online

12

Identificar as mudanças necessárias para a melhoria da gestão e direção da empresa, com base na orientação da estratégia para o ambiente digital

13

Desenvolver as habilidades de gestão necessárias para liderar o crescimento e a expansão de empresas que operam em ambientes digitais

15

Saber como gerenciar ferramentas de monitoramento on-line para entender o alcance das campanhas de marketing



16

Ser capaz de realizar campanhas eficazes de e-mailing

18

Obter um entendimento profundo de como o comércio eletrônico é conduzido

19

Entender e administrar as finanças internacionais

17

Compreender a análise da web e as métricas digitais das ferramentas que usamos

20

Entender as novas tendências no comércio eletrônico através de telefones celulares

# 05 Competências

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



“

*Este programa lhe permitirá adquirir as habilidades necessárias para ter ainda mais sucesso no seu trabalho diário”*

01

Controlar e gerenciar as finanças corporativas

02

Desenvolver a estratégia corporativa e competitiva da empresa

03

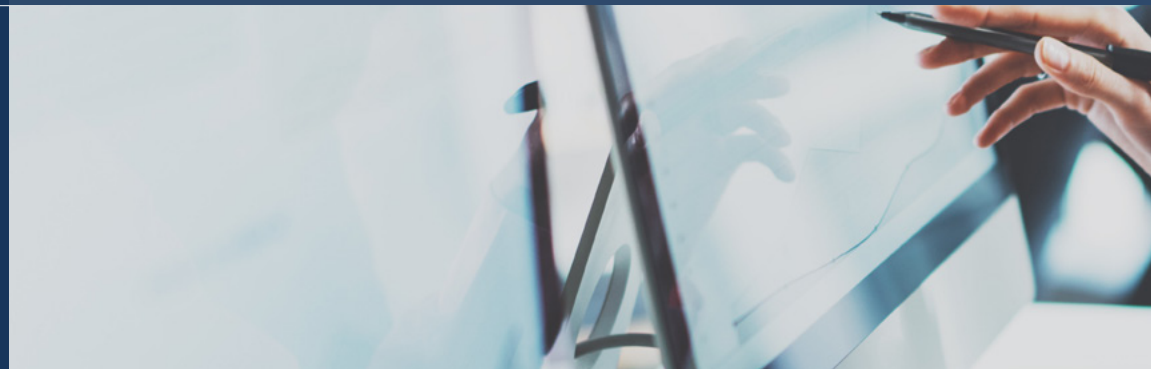
Aplicar os diferentes modelos de negócios baseados na era digital

04

Aplicar técnicas inovadoras na concepção e gestão de projetos

05

Aplicar técnicas de comércio eletrônico



06

Implementar campanhas de marketing digital para melhorar o posicionamento da empresa em relação a seus concorrentes e sua reputação digital

08

Utilizar as mídias sociais como ferramenta indispensável para melhorar a conscientização da empresa

09

Ter um amplo conhecimento dos consumidores

07

Colocar em prática as técnicas de marketing dos motores de busca

10

Realizar ações de análise da web para direcionar a campanha de marketing e comunicação de tal forma que seja mais eficaz no cumprimento dos objetivos da empresa



# 06

## Estrutura e conteúdo

O MBA em Negócios Digitais é um programa feito sob medida para você, oferecido em formato 100% online. Dessa forma, o aluno poderá escolher o momento e o local que melhor se adaptem à sua disponibilidade, horários e interesses.

Um programa que se desenvolve ao longo de 12 meses e que pretende ser uma experiência única e estimulante, estabelecendo as bases para o seu sucesso como *Digital Business Manager*.





“

*Na TECH colocamos todos os nossos recursos ao seu alcance para que adquira as competências e habilidades necessárias para o seu desenvolvimento profissional”*

## Plano de estudos

O MBA em Negócios Digitais da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que prepara você para enfrentar desafios e decisões empresariais, tanto a nível nacional como internacional. Seu conteúdo foi elaborado para incentivar o desenvolvimento de habilidades gerenciais que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 1.500 horas de estudo, os alunos analisam uma infinidade de casos práticos através do trabalho individual e em equipe. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este MBA lida em profundidade com diferentes áreas de negócios e foi projetado para especializar gerentes que entendem a revolução tecnológica e social a partir de uma perspectiva estratégica, internacional 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 MBA é realizado durante 12 meses e é dividido em três blocos principais:

<b>Módulo 1</b>	Ambiente competitivo e estratégia
<b>Módulo 2</b>	Inovação e empreendedorismo
<b>Módulo 3</b>	<i>Marketing digital</i> e e-commerce
<b>Módulo 4</b>	Marketing em buscadores
<b>Módulo 5</b>	Comunicação digital e reputação online
<b>Módulo 6</b>	<i>Performance and Inbound Marketing</i>
<b>Módulo 7</b>	Análítica web e <i>Marketing Analytics</i>
<b>Módulo 8</b>	Inovação, e-logística e tecnologia na cadeia de fornecimento
<b>Módulo 9</b>	<i>Mobile</i> e-commerce
<b>Módulo 10</b>	Novas Tendências Digitais
<b>Módulo 11</b>	Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
<b>Módulo 12</b>	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
<b>Módulo 13</b>	Gestão Econômico-Financeira
<b>Módulo 14</b>	Gestão Executiva



### Onde, quando e como é ensinado?

A TECH lhe oferece a possibilidade de realizar Executive Master MBA em Negócios Digitais completamente online. Durante os 12 meses do curso você poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permite gerenciar o seu tempo de estudo.

*Uma experiência educacional única, essencial e decisiva para impulsionar o seu crescimento profissional.*

Módulo 1. Ambiente competitivo e

**1.1. Entorno econômico global**

- 1.1.1. Bases da economia global
- 1.1.2. A globalização dos mercados comerciais e financeiros
- 1.1.3. Empreendedorismo e novos mercados

**1.2. Finanças Corporativas**

- 1.2.1. Política financeira e crescimento
- 1.2.2. Métodos de avaliação de empresas
- 1.2.3. Estrutura de capital e alavancagem financeira

- 1.3.1. Controle Orçamentário
- 1.3.2. Análise da concorrência. Análise comparativo
- 1.3.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento comercial

- 1.4.1. Evolução do modelo de TI
- 1.4.2. Organização e Departamento de TI
- 1.4.3. A tecnologia da informação e o ambiente econômico

**1.3. Análise econômica das decisões**

**1.4. Sistemas e tecnologias de informação nos negócios**

**1.5. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica**

- 1.5.1. Criação de valor para clientes e acionistas
- 1.5.2. Decisões estratégicas SI/TI
- 1.5.3. Estratégia corporativa vs. tecnologia e estratégia digital

**1.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões**

- 1.6.1. *Business Intelligence*
- 1.6.2. *Data Warehouse*
- 1.6.3. BSC ou Balanced Scorecard

**1.7. Estratégia digital**

- 1.7.1. Estratégia tecnológica e seu impacto na inovação digital
- 1.7.2. Planejamento estratégico de TI
- 1.7.3. Estratégia e a Internet

**1.8. Modelos de negócio baseados na Internet**

- 1.8.1. Análise de empresas estabelecidas no setor de tecnologia
- 1.8.2. Sistemas de geração de modelos de negócios
- 1.8.3. Análise de modelos de negócios inovadores em setores tradicionais
- 1.8.4. Análise de modelos de negócios inovadores na Internet

**1.9. Sistemas empresariais colaborativos baseados na Internet**

- 1.9.1. Sistemas de gestão de clientes: CRM
- 1.9.2. Sistemas de gerenciamento da cadeia de fornecimento
- 1.9.3. Sistemas de comércio eletrônico

**1.10. Social Business**

- 1.10.1. Visão estratégica da Web 2.0 e seus desafios
- 1.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
- 1.10.3. Como tornar a Web 2.0 e as redes sociais rentáveis?
- 1.10.4. Mobilidade e negócios digitais

**Módulo 2. Inovação e empreendedorismo****2.1. Design Thinking**

- 2.1.1. A Estratégia do Oceano Azul
- 2.1.2. Inovação colaborativa
- 2.1.3. Open innovation

**2.2. Inteligência estratégica em inovação**

- 2.2.1. Vigilância tecnológica
- 2.2.2. Prospectiva tecnológica
- 2.2.3. *Coolhunting*

- 2.3.1. Estratégias para encontrar oportunidades de negócio

- 2.3.2. Avaliação da viabilidade de novos projetos
- 2.3.3. *Innovation Management Systems*
- 2.3.4. Habilidades "soft" de um empresário

- 2.4.1. Introdução à gestão financeira em empresas recém criadas

- 2.4.2. Métricas financeiras para *Startups*
- 2.4.3. Planejamento financeiro: modelos de projeções e sua interpretação
- 2.4.4. Métodos de avaliação
- 2.4.5. Aspectos legais

**2.3. Entrepreneurship & innovation****2.4. Gerenciamento de Startups****2.5. O plano de negócio**

- 2.5.1. *Business* Plano na era digital
- 2.5.2. Modelo CANVAS
- 2.5.3. *Value Proposition Model*
- 2.5.4. Conteúdo e apresentação

**2.6. Project Management**

- 2.6.1. *Agile Development*
- 2.6.2. *Lean Management* em *Startups*
- 2.6.3. *Project Tracking and project Steering*

**2.7. Fases de crescimento de uma empresa iniciante**

- 2.7.1. Fase de *Seed*
- 2.7.2. Fase de *Startup*
- 2.7.3. Fase de *Growth*
- 2.7.4. Fase de consolidação

**2.8. Financiamento de startups**

- 2.8.1. Financiamento bancário
- 2.8.2. Subsídios
- 2.8.3. Capital semente e aceleradores. Business Angels
- 2.8.4. Capital de risco. IPO
- 2.8.5. *Parceria Pública a Privada*

**2.9. Instituições nacionais e internacionais de capital de risco e de capital inicial**

- 2.9.1. Instituições públicas: CDTI, ENISA
- 2.9.2. Entidades de venture capital nacional e internacional

- 2.9.3. Investidores privados: Caixa Capital Risc e BStartup
- 2.9.4. FOND-ICO Global
- 2.9.5. Aceleração: Wayra, Lanzadera e Plug & Play

**2.10. Lean Management**

- 2.10.1. Princípios básicos de *Lean Management*
- 2.10.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas
- 2.10.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade

**Módulo 3. Marketing digital e e-commerce****3.1. Gerenciamento de e-Commerce**

- 3.1.1. Novos Modelos de Negócio e-Commerce
- 3.1.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrônico
- 3.1.3. Estrutura tecnológica em e-Commerce

**3.2. Operações e logística no comércio eletrônico**

- 3.2.1. Como gerenciar o Fulfillment? *Fulfillment?*
- 3.2.2. Gestão digital do ponto de venda
- 3.2.3. *Contact Center Management*
- 3.2.4. Automação na gestão e acompanhamento de processos

**3.3. Implementação de técnicas de e-Commerce**

- 3.3.1. Mídia social e integração no plano de comércio eletrônico
- 3.3.2. Estratégia *Multichannel*
- 3.3.3. Personalização de Painéis de Controle

**3.4. Digital pricing**

- 3.4.1. Métodos e gateways de pagamento online
- 3.4.2. Promoções eletrônicas
- 3.4.3. Temporizador digital de preços
- 3.4.4. *e-Auctions*

**3.5. Do e-Commerce ao m-Commerce e s-Commerce**

- 3.5.1. Modelos de negócio dos *e-marketplaces*
- 3.5.2. *S-Commerce* e Experiência de Marca
- 3.5.3. Compras através de dispositivos móveis

**3.6. Customer intelligence: do e-CRM ao s-CRM**

- 3.6.1. Integração do consumidor na cadeia de valor
- 3.6.2. Pesquisa online e técnicas de fidelização
- 3.6.3. Planejamento de uma estratégia de gestão de relacionamento com o cliente

**3.7. Trade Marketing Digital**

- 3.7.1. *Cross Merchandising*
- 3.7.2. Elaboração e gestão da campanhas em Facebook Ads
- 3.7.3. Planejamento e gestão das campanhas do Google Adwords

**3.8. Marketing online para e-commerce**

- 3.8.1. *Inbound Marketing*
- 3.8.2. Display e compra programática
- 3.8.3. Plano de Comunicação

## Módulo 4. Marketing em buscadores

### 4.1. Funcionamento dos mecanismos de busca

- 4.1.1. Indicadores e índices
- 4.1.2. Algoritmos
- 4.1.3. SEO e branding corporativo

### 4.2. Análise SEO

- 4.2.1. Determinação de KPI
- 4.2.2. Geração de scripts e alertas
- 4.2.3. Otimização de imagens, vídeos e outros elementos
- 4.2.4. *Link Building*

### 4.3. SEO técnico

- 4.3.1. *Web Performance Optimization*
- 4.3.2. *Real Time* e conteúdo
- 4.3.3. Rotulagem e Headers relevantes
- 4.3.4. Técnicas avançadas de WPO

### 4.4. SEO e e-commerce

- 4.4.1. *Conversion Rate Optimization*
- 4.4.2. *Google Search Console*
- 4.4.3. *Social Proof* e viralização
- 4.4.4. Navegação e Indexabilidade

### 4.5. *Keyword hunting* para SEM

- 4.5.1. *Adwords Keyword Tool*
- 4.5.2. *Google Suggest*
- 4.5.3. *Insights for Search*
- 4.5.4. *GoogleTrends*

### 4.6. SEM e Google Ads

- 4.6.1. Google Shopping
- 4.6.2. Google Display Network
- 4.6.3. Google Ads Mobile
- 4.6.4. Publicidade no YouTube

### 4.7. Facebook Ads

- 4.7.1. Anúncios de PPC/PPF (pay per fan)
- 4.7.2. Facebook Ads criação
- 4.7.3. Facebook Power Editor
- 4.7.4. Otimização de campanhas

### 4.8. Estratégia e medição SEM

- 4.8.1. *Quality score*
- 4.8.2. Site links
- 4.8.3. KPI's
- 4.8.4. Impressões, cliques, conversões Revenue, ROI, CPA

## Módulo 5. Comunicação digital e reputação online

### 5.1. Web 2.0 ou web social

- 5.1.1. Organização na era da conversação
- 5.1.2. A web 2.0 são pessoas
- 5.1.3. Ambiente digital e novos formatos de comunicação

### 5.2. Comunicação e reputação digital

- 5.2.1. Relatório de reputação online
- 5.2.2. Netiqueta e boas práticas em redes sociais
- 5.2.3. *Branding e Networking 2.0*

### 5.3. Projetando e planejando um plano de reputação online

- 5.3.1. Visão geral das principais mídias sociais
- 5.3.2. Plano de reputação da marca
- 5.3.3. Métricas gerais, ROI e CRM social
- 5.3.4. Crise online e SEO Reputacional

### 5.4. Plataformas generalistas, profissionais e de microblogging

- 5.4.1. Facebook
- 5.4.2. LinkedIn
- 5.4.3. Twitter

### 5.5. Plataformas de vídeo, imagem e mobilidade

- 5.5.1. YouTube
- 5.5.2. Instagram
- 5.5.3. Flickr
- 5.5.4. Vimeo
- 5.5.5. Pinterest

### 5.6. Estratégia de conteúdo e Storytelling

- 5.6.1. Blogging corporativo
- 5.6.2. Estratégia de marketing de conteúdo
- 5.6.3. Criação de um plano de conteúdo
- 5.6.4. Estratégia de curadoria de conteúdo

- 5.7.1. Relações públicas corporativas e mídia social
- 5.7.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
- 5.7.3. Análise e avaliação dos resultados

- 5.8.1. Funções, tarefas e responsabilidades do *Community manager*
- 5.8.2. *Social Media Manager*
- 5.8.3. *Social Media Strategist*

### 5.7. Estratégias em social media

### 5.8. *Community Management*

### 5.9. *Gerente de Social Media*

- 5.9.1. Elaboração de um plano de social media
- 5.9.2. Calendário, orçamento, expectativas e monitoramento
- 5.9.3. Protocolo de contingência em caso de crise

### 5.10. Ferramentas de monitoramento online

- 5.10.1. Ferramentas de gestão e aplicações desktop
- 5.10.2. Ferramentas de monitoramento e pesquisa

**Módulo 6. Performance and Inbound Marketing****6.1. Permission Marketing**

- 6.1.1. Como obter a permissão do usuário?
- 6.1.2. Personalização da mensagem
- 6.1.3. Confirmação por correio ou Double Opt-in

**6.2. Estratégia e técnicas de desempenho**

- 6.2.1. *Performance Marketing*: resultados
- 6.2.2. Mix de meios digitais
- 6.2.3. A importância do Funnel

**6.3. Desenvolvimento de campanhas de afiliados**

- 6.3.1. Agências e programas de afiliados
- 6.3.2. *Post View*
- 6.3.3. Concepção de programas de afiliados
- 6.3.4. Display e otimização de campanhas

**6.4. Lançamento de um programa de afiliados**

- 6.4.1. Redes de afiliação e afiliação direta
- 6.4.2. Acompanhamento e análise dos resultados
- 6.4.3. Controle de fraude

**6.5. Desenvolvimento de campanhas de mailing**

- 6.5.1. Listas de assinantes, leads e clientes
- 6.5.2. Ferramentas e recursos de e-mail marketing
- 6.5.3. Copywriting online para campanhas de e-mail marketing

**6.6. Métricas de e-mail marketing**

- 6.6.1. Métricas de listas
- 6.6.2. Métricas de envio de newsletter
- 6.6.3. Métricas de conversão

**6.7. Inbound marketing**

- 6.7.1. *Inbound marketing* efetivo
- 6.7.2. Benefícios *Inbound marketing*
- 6.7.3. Medir o sucesso do *Inbound marketing*

**6.8. Pesquisa Target**

- 6.8.1. *Consumer Intent Modelling & Buyer* Pessoas
- 6.8.2. *Customer Journey Mapping*
- 6.8.3. *Content strategy*

**6.9. Otimização de conteúdos**

- 6.9.1. Otimização de conteúdo para motores de busca
- 6.9.2. Geração de conteúdo
- 6.9.3. Dinamização de conteúdo

**6.10. Conversão**

- 6.10.1. *Lead capture & CRO*
- 6.10.2. *Lead Nurturing & Marketing Automation*

**Módulo 7. Análítica web e Marketing Analytics Analytics****7.1. Análise web**

- 7.1.1. Fundamentos de Web Analytics
- 7.1.2. Meios clássicos vs. Meios digitais
- 7.1.3. Metodologia de base do Web Analytics

**7.2. Google Analytics**

- 7.2.1. Configuração de uma conta
- 7.2.2. *Tracking API JavaScript*
- 7.2.3. Relatórios e segmentos personalizados

**7.3. Análise qualitativa**

- 7.3.1. Técnicas de pesquisa aplicadas na análise da web
- 7.3.2. *Customer journey*
- 7.3.3. *Purchase funnel*

**7.4. Métricas digitais**

- 7.4.1. Métricas básicas
- 7.4.2. Índices
- 7.4.3. Definição de objetivos e KPIs

**7.5. Áreas de análise de uma estratégia**

- 7.5.1. Captação de tráfego
- 7.5.2. Ativação
- 7.5.3. Conversão
- 7.5.4. Fidelização

**7.6. Data Science & Big Data**

- 7.6.1. *Business Intelligence*
- 7.6.2. Metodologia e análise de grandes volumes de dados
- 7.6.3. Extração, processamento e carregamento de dados

**7.7. Visualização de dados**

- 7.7.1. Visualização e interpretação de *Dashboards*
- 7.7.2. Transformação de dados em valor
- 7.7.3. Integração de fontes
- 7.7.4. Apresentação de relatórios

**7.8. Ferramentas de Web Analytics**

- 7.8.1. Base tecnológica de uma ferramenta AW
- 7.8.2. Logs e Tags
- 7.8.3. Etiquetagem básica e adhoc

**Módulo 8.** Inovação, e-logística e tecnologia na cadeia de fornecimento

**8.1. Engenharia de processos e engenharia de produtos**

- 8.1.1. Estratégia de Inovação
- 8.1.2. Inovação aberta
- 8.1.3. Organização e cultura inovadoras
- 8.1.4. Equipes multifuncionais

**8.2. Lançamento e industrialização de novos produtos**

- 8.2.1. Design de novos produtos
- 8.2.2. Lean Design
- 8.2.3. Industrialização de novos produtos
- 8.2.4. Fabricação e montagem

**8.3. Gerenciamento de e-Commerce**

- 8.3.1. Novos Modelos de Negócio e-Commerce
- 8.3.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrônico
- 8.3.3. Estrutura tecnológica em e-Commerce

**8.4. Operações e logística no comércio eletrônico**

- 8.4.1. Gestão digital do ponto de venda
- 8.4.2. Contact center management
- 8.4.3. Automação na gestão e acompanhamento de processos

**8.5. E-Logistics B2C e B2B**

- 8.5.1. e-Logistics
- 8.5.2. O B2C: e-Fulfillment, a última milha
- 8.5.3. O B2B: e-procurement Marketplaces

**8.6. Digital pricing**

- 8.6.1. Métodos e gateways de pagamento online
- 8.6.2. Promoções eletrônicas
- 8.6.3. Temporizador digital de preços
- 8.6.4. e-Auctions

**8.7. Aspectos legais do e-commerce**

- 8.7.1. Regulamentação da UE e da Espanha
- 8.7.2. Aprender sobre proteção de dados
- 8.7.3. Aspectos fiscais do e-commerce
- 8.7.4. Termos e condições gerais de venda

**8.8. O armazenamento no e-commerce**

- 8.8.1. Peculiaridades do armazenamento no e-commerce
- 8.8.2. Projeto e planejamento de estoque
- 8.8.3. Infraestruturas Equipamentos fixos e móveis
- 8.8.4. Áreas e localizações

**8.9. O projeto da loja online**

- 8.9.1. Design e usabilidade
- 8.9.2. Funcionalidades mais comuns
- 8.9.3. Alternativas tecnológicas

**8.10. Supply Chain Management e tendências de futuro**

- 8.10.1. Futuro do E-Business
- 8.10.2. A realidade atual e o futuro do e-commerce
- 8.10.3. Modelos operacionais SC para empresas globais



**Módulo 9. Mobile e-commerce****9.1. Mobile marketing**

- 9.1.1. Novos hábitos de consumo e mobilidade
- 9.1.2. Modelo SoLoMo
- 9.1.3. Os 4 Ps do Marketing Mix em mobilidade

**9.2. Tecnologia móvel**

- 9.2.1. Operadoras móveis
- 9.2.2. Dispositivos móveis e sistemas operacionais
- 9.2.3. Aplicativos móveis e *Web Apps*
- 9.2.4. Sensores e integração com o mundo físico

**9.3. Tendências em mobile marketing**

- 9.3.1. *Mobile Publishing*
- 9.3.2. *Advergaming* e *Gammification*
- 9.3.3. Geolocalização *Mobile*
- 9.3.4. Realidade aumentada

**9.4. Comportamento do usuário móvel**

- 9.4.1. Novos hábitos de busca em dispositivos móveis
- 9.4.2. Multi-Screen
- 9.4.3. Celular como condutor de compras
- 9.4.4. ASO, captação e fidelização de usuários móveis

**9.5. Interface do usuário e experiência de compra**

- 9.5.1. Regras e plataformas de *m-commerce*
- 9.5.2. *Omnichannel*
- 9.5.3. *Mobile & Proximity Marketing*
- 9.5.4. Lacuna entre consumidor e anunciante
- 9.5.5. Gerentes de conteúdo em *Mobile Commerce*

**9.6. Apps e compras**

- 9.6.1. Desenvolvendo Apps *Mobile commerce*
- 9.6.2. *Apps Store*
- 9.6.3. App marketing para fidelização de clientes
- 9.6.4. App marketing para comércio eletrônico

**9.7. Pagamentos móveis**

- 9.7.1. Cadeia de valor e modelos de negócio dos métodos de pagamento móveis
- 9.7.2. Chaves para melhorar o UX para pagamento móvel
- 9.7.3. Estratégias para o posicionamento no mercado de pagamentos móveis
- 9.7.4. Gestão de fraudes

**9.8. Analítica móvel**

- 9.8.1. Metodologias de medição e análise móvel
- 9.8.2. Métricas em Mobile: principais KPIs
- 9.8.3. Análise de rentabilidade
- 9.8.4. *Mobile Analytics*

**9.9. Mobile e-Commerce.**

- 9.9.1. Serviços
- 9.9.2. Aplicações
- 9.9.3. *Mobile social shopping*

**9.10. Mobile Social Media Applications**

- 9.10.1. Integração móvel nas redes sociais
- 9.10.2. Mobilidade, relacionamento, ubiquidade e publicidade
- 9.10.3. Facebook *Places*
- 9.10.4. Geolocalização, diretórios móveis, recomendações online e compras

**Módulo 10. Novas Tendências Digitais****10.1. Internet das Coisas**

- 10.1.1. Visões e desafios
- 10.1.2. Principais tecnologias
- 10.1.3. Projetos pioneiros

**10.2. Gamificação**

- 10.2.1. Técnicas de gamificação de negócios
- 10.2.2. *Gamification Design Framework*
- 10.2.3. Mecanismos de funcionamento e motivação
- 10.2.4. Benefícios e retorno sobre o investimento

**10.3. Big Data**

- 10.3.1. Aplicação setorial
- 10.3.2. Modelos de negócios
- 10.3.3. Novas profissões

**10.4. Inteligência artificial**

- 10.4.1. Aspectos Metodológicos em Inteligência Artificial
- 10.4.2. Busca Heurística
- 10.4.3. Métodos de Inferência em Regras
- 10.4.4. Redes semânticas

**10.5. Robótica**

- 10.5.1. Morfologia dos robôs
- 10.5.2. Ferramentas matemáticas para a localização espacial
- 10.5.3. Controle cinemático
- 10.5.4. Critérios para a implementação de um robô industrial

**10.6. Modelagem e simulação**

- 10.6.1. Modelagem usando DEVS
- 10.6.2. Modelagem de entradas aleatórias
- 10.6.3. Geração de entradas aleatórias
- 10.6.4. Projeto de experimentos e otimização

**10.7. Implementando a criptografia em projetos tecnológicos**

- 10.7.1. Assinatura eletrônica
- 10.7.2. Certificado digital
- 10.7.3. Criptografia de dados
- 10.7.4. Aplicações práticas da criptografia

**10.8. Outras tendências**

- 10.8.1. Impressoras 3D
- 10.8.2. Drones
- 10.8.3. Visão artificial
- 10.8.4. Realidade aumentada

## Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

### 11.1. Globalização e Governança

- 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
- 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa

### 11.2. Liderança

- 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
- 11.2.2. Liderança nas Empresas
- 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas

### 11.3. *Cross Cultural Management*

- 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
- 11.3.3. Gestão de Diversidade

### 11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
- 11.4.2. Conceito de liderança
- 11.4.3. Teorias de liderança
- 11.4.4. Estilos de liderança
- 11.4.5. Inteligência na liderança
- 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente

### 11.5. Ética empresarial

- 11.5.1. Ética e moral
- 11.5.2. Ética empresarial
- 11.5.3. Liderança e ética nas empresas

### 11.6. Sustentabilidade

- 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Empresas Sustentáveis

### 11.7. Responsabilidade Social da Empresa

- 11.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

### 11.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 11.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
- 11.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

### 11.9. Multinacionais e direitos humanos

- 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

### 11.10. Contexto Jurídico 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. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
- 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho

**12.7. Gestão de mudanças**

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

**12.8. Negociação e gestão de conflitos**

- 12.8.1. Negociação
- 12.8.2. Gestão de conflitos
- 12.8.3. Gestão de crises

**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 Executiva****14.1. Management**

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

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

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

**14.3. Gestão operacional**

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

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

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

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

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

**14.6. Comunicação em situações de crise**

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

**14.7. Preparando um plano de crise**

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

**14.8. Inteligência emocional**

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

**14.9. Branding personal**

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

**14.10. Liderança e gestão de equipes**

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

07

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e é considerado um dos mais eficazes pelas principais revistas, 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 tem provado sua enorme eficácia, especialmente em disciplinas que requerem memorização"*

## A TECH Business School 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 habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do mundo”.*



*Nosso programa lhe prepara para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e alcançar o sucesso do seu negócios.*





## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa TECH é um programa de capacitação intensivo, criado do zero para oferecer aos gerentes desafios e decisões comerciais do mais alto nível, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, a 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 resolução de 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 um 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 vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias 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 diferentes elementos didáticos em cada lição.

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-o ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com conexão à Internet.*

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

Nossa escola de negócios é a única de língua espanhola autorizada a utilizar 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 em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

*O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo você se envolver mais na sua especialização, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.*

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, 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 de nosso programa estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo 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 avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados 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.



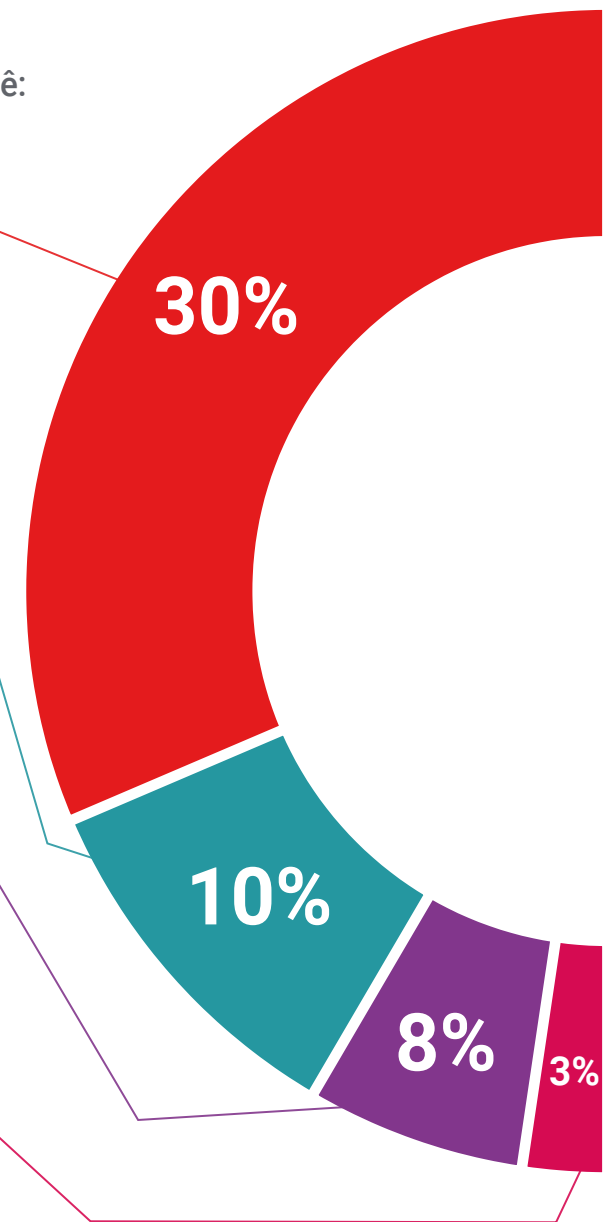
#### Estágio de habilidades de gestão

Você realizará atividades para desenvolver competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e habilidades que um gerente de alto nível precisa desenvolver no contexto da globalização.  
em que vivemos.



#### Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias 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

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta administração no 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, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar 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 seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



08

# Perfil dos nossos alunos

O MBA em Negócios Digitais é um programa destinado a profissionais que desejam atualizar seus conhecimentos, descobrir novas formas de liderar e gerenciar negócios digitais, e avançar em sua carreira profissional. Destina-se especialmente a profissionais e gerentes experientes que desejam adquirir as habilidades de gestão empresarial necessárias para gerar novas oportunidades na era digital.



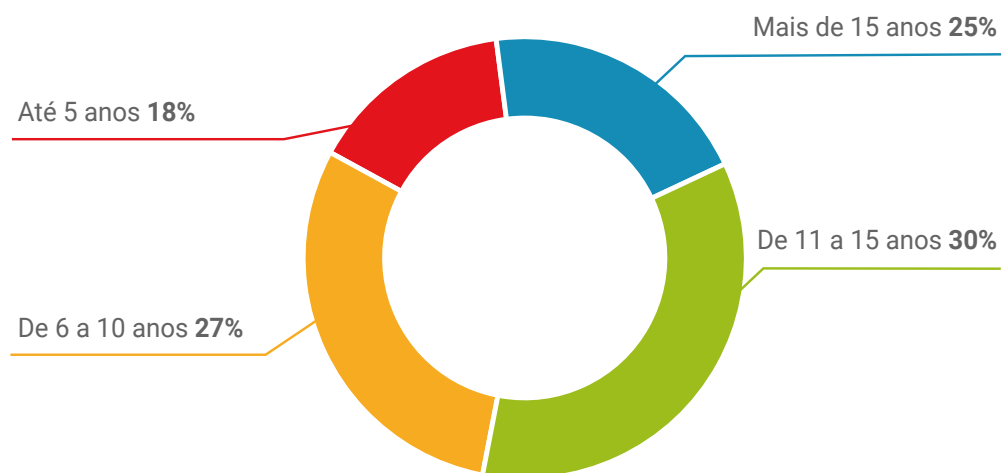
“

*Se você quer ampliar seus conhecimentos na área digital e está procurando uma melhoria interessante em sua carreira enquanto continua a trabalhar, este é o programa para você"*

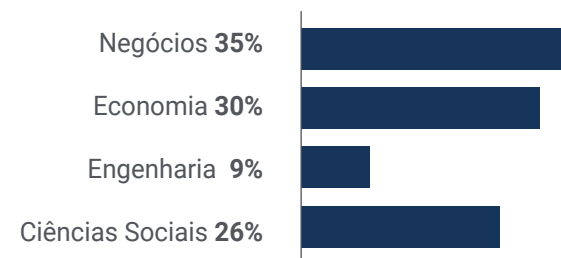
### Média de idade

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

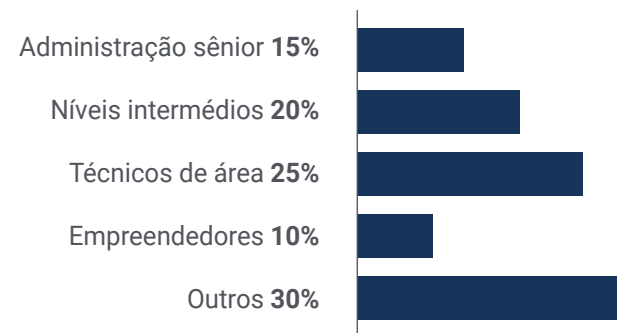
### Anos de experiência



### Formação

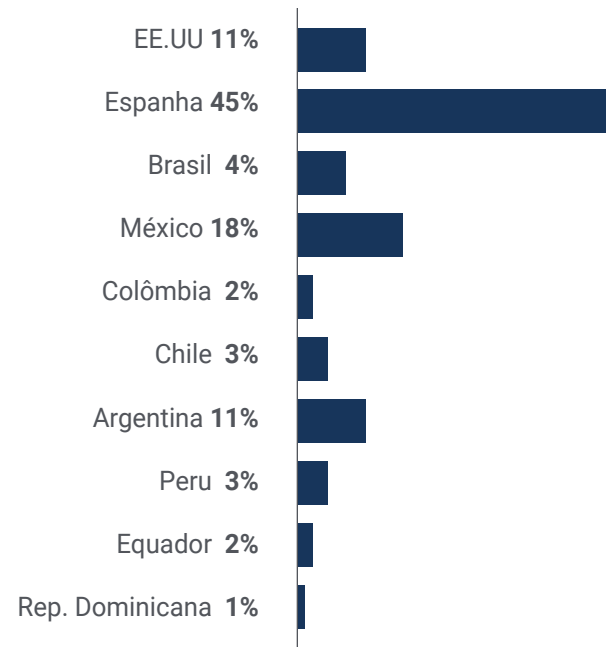


### Perfil acadêmico





## Distribuição geográfica



## Susana Sánchez

Diretora e-Business

*"O MBA em Negócios Digitais tem a grande vantagem de ter a melhor equipe de ensino do momento, que elaborou um programa único que inclui as informações mais completas e atualizadas da atualidade Sem dúvida, um programa que é altamente recomendado para todos aqueles que desejam se especializar neste campo"*

09

# Direção do curso

Este programa foi projetado por uma equipe de especialistas na área que, conscientes da necessidade de especialização de profissionais na área de negócios digitais, criaram um MBA que será essencial para melhorar a competitividade dos profissionais do setor. Sem dúvida, a melhor equipe de professores da atualidade, com ampla experiência tanto em ensino quanto em negócios. Um corpo docente único que ajudará os estudantes a atingir seus objetivos acadêmicos.





“

*Um corpo docente de alto nível para ensinar profissionais que buscam a excelência”*

## Diretor Internacional Convidado

O Dr. Ben Marder é uma figura destacada no campo do **Marketing**, reconhecido internacionalmente por suas profundas contribuições para a compreensão do **comportamento do consumidor** na era digital. Assim, ele demonstrou uma **liderança** excepcional, consolidando sua reputação como um acadêmico de calibre incomparável.

Além disso, como parte de sua **agenda de pesquisa**, ele explora o **comportamento do consumidor social e comercial** no contexto das **tecnologias digitais**, especialmente as **redes sociais**. De fato, seu prolífico histórico de **publicações** conta com mais de 40 artigos aceitos por **revistas de prestígio**, como a **Journal of Retailing**, **European Journal of Marketing** e **Journal of Business Research**. Adicionalmente, seu trabalho pioneiro sobre o **"Efeito Enfriador" (Chilling Effect)** das **redes sociais** atraiu a **atenção internacional**, com aparições em meios prestigiosos como **The New York Times**, **Harvard Business Review** e a **BBC**. Desta forma, o estudo revelou como o uso das **redes sociais** influencia o comportamento na vida real, uma revelação que ressoou tanto no âmbito acadêmico quanto no público.

Além de seus esforços de pesquisa, ele se destacou como **Coordenador de Programas** sobre **Introdução à Pesquisa Empresarial**, desempenhando um papel fundamental na configuração do **panorama educacional**. Também atuou como **Diretor de Programas de Pesquisa em Marketing**, supervisionando **projetos de pesquisa** e promovendo o **bem-estar estudantil e acadêmico**, tudo isso na **Escola de Negócios da Universidade de Edimburgo**.

Finalmente, o Dr. Ben Marder foi reconhecido por suas apresentações **inovadoras de pesquisa**, incluindo sua exploração das **consequências não intencionais das tecnologias de Marketing**. Assim, através de seu trabalho exaustivo, ele continua iluminando as complexidades do **Marketing Digital** e deixando uma marca indelével tanto na academia quanto na indústria.



## Dr. Ben Marder

---

- ♦ Diretor de Programas de Pesquisa em Marketing, Universidade de Edimburgo, Reino Unido
- ♦ Coordenador de Programas sobre Introdução à Pesquisa Empresarial na Escola de Negócios da Universidade de Edimburgo
- ♦ Aparições nos meios The New York Times, Harvard Business Review e BBC
- ♦ Publicações na Journal of Retailing, European Journal of Marketing e Journal of Business Research
- ♦ Doutor em Marketing e Sistemas de Informação pela Universidade de Bath
- ♦ Mestrado em Marketing pela Universidade de Leicester
- ♦ Formado em Economia Financeira pela Universidade de Leicester

“

*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

“

*A TECH conta com uma equipe notável e especializada de diretores convidados internacionais, com importantes posições de liderança nas empresas mais avançadas do mercado global”*

## Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.





## Sr. Rick Gauthier

---

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

*Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los 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



### **Sr. José, Casaña**

- ♦ Especialista em Marketing Online, campos de E-commerce, SEO, SEM, Blogging
- ♦ Diretor de E-Marketing da TECH-Universidade de Tecnologia
- ♦ Blogger em "Cosas sobre Marketing Online" [www.josegalan.es](http://www.josegalan.es)
- ♦ Diretor de Marketing Corporativo da Médica Panamericana
- ♦ Formado em Publicidade e Relações Públicas Universidade Complutense de Madri
- ♦ Programa Superior Europeo en Marketing Digital ESIC



# 10

## Impacto para a sua carreira

Temos consciência de que realizar um programa com estas características representa um grande investimento financeiro, profissional e, é claro, pessoal. O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional. E com a gente, você tem uma grande chance de alcançá-la. Portanto, você não deve perder a oportunidade que a TECH lhe oferece de se especializar 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 preparado para crescer profissionalmente? Uma excelente melhoria profissional espera por você

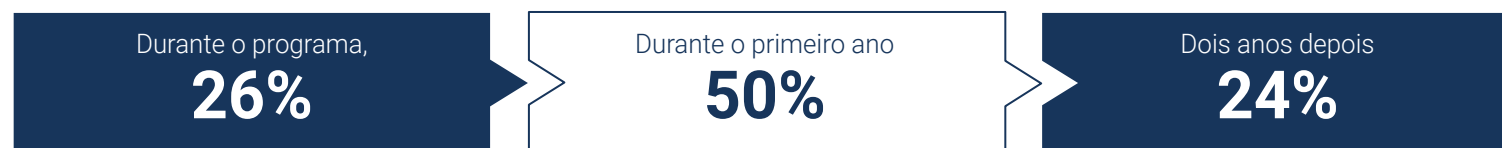
O MBA em Negócios Digitais da TECH é um programa intensivo que prepara você para enfrentar desafios e decisões empresariais em nível financeiro tanto nacional quanto internacional. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando o profissional a obter sucesso.

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

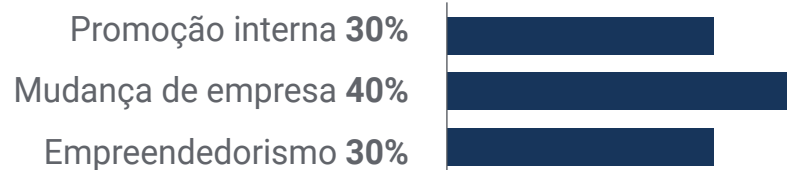
*Conseguem uma melhoria no trabalho em pouco tempo após a realização deste programa.*

*Se você quiser fazer uma mudança positiva em sua profissão, o MBA em Negócios Digitais o ajudará a alcançá-la*

### Momento da mudança



### Tipo de mudança



## Melhoria dos salários

---

A conclusão deste programa significa um aumento no salário anual de mais de **25%** para nossos alunos.



11

# Benefícios para a sua empresa

O MBA em Negócios Digitais contribui para elevar o talento da organização a seu potencial máximo, através da especialização 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 talentos nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

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

Proporcionará à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que podem trazer mudanças significativas na organização.

---

02

### **Manter gerentes de alto potencial e evitar a saída de grandes talentos**

Este programa fortalece a ligação entre a empresa e o gerente e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

### **Construindo agentes de mudança**

Você será 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**

Você será capaz de trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou Desenvolvimento de Negócios de sua empresa.

---

06

### **Aumento da competitividade**

Este programa irá equipar nossos alunos com as habilidades necessárias para enfrentar novos desafios e impulsionar a organização.



12

# Certificado

O MBA em Negócios Digitais garante, além da Capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um Executive Master concedido pela TECH Universidade Tecnológica.





“

*Conclua este programa com sucesso  
e receba seu diploma universitário  
sem sair de casa e sem burocracias”*

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

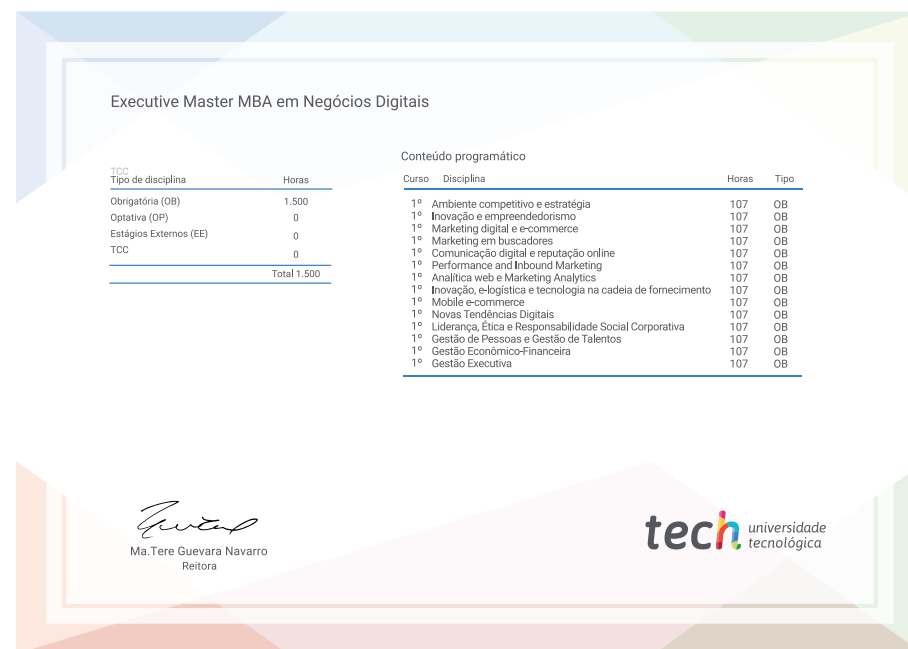
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 Negócios Digitais**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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



## Executive Master

### MBA em Negócios Digitais

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

# Executive Master

## MBA em Negócios Digitais



The image shows a person from the back, looking at a computer monitor. The monitor displays a spreadsheet with various financial categories and numerical values. The spreadsheet is partially obscured by a dark blue diagonal graphic element on the left side of the image.

9	10567	Independent Research	2-Ma
9	96643	Firm Research Fees	2-Ma
10	17695	Market Research Total	3-Comm
11	94015	Promotions	3-Comm
12	75321	Branding	3-Comm
13	95235	Web Advertising	3-Comm
13	32564	Direct Marketing	3-Comm
14	68508	Newspaper Advertising	3-Comm
15	06342	Communication Total	4-Other
16	89063	Travel	4-Other
17	07421	Phone	4-Other
18	93012	Computer/Office Equipment	4-Other
19	24601	Postage	1-Personal
20	35151	Other Total	1-Personal 0
21	10460	Benefits	1-Personal 1
22	35246	Payroll taxes	1-Personal 0
23	76745	Salaries	1-Personal 1
24	76023	Commissions and bonuses	1-Personal 2
25	23674	Personnel Total	2-Marketing 1
26	14678	Web Research	
27	10567	Independent Research	
28			