

Executive Master

MBA em Transformação Digital
(CDO, Chief Digital Officer)

M B A T D C D O



Executive Master MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer)

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

Acesso ao site: www.techtute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-transformacao-digital-cdo-chief-digital-officer

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Por que estudar na TECH?

pág. 6

03

Por que o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

07

Metodologia

pág. 42

08

Perfil dos nossos alunos

pág. 50

09

Direção do curso

pág. 54

10

Impacto para a sua carreira

pág. 74

11

Benefícios para a sua
empresa

pág. 78

12

Certificado

pág. 82

01

Boas-vindas

O constante surgimento de novas tecnologias e os notáveis avanços que ocorrem a cada ano, especialmente na área da informática, forçam as empresas a permanecerem imersas em um contínuo processo de renovação. É neste ponto que destaca-se a figura do CDO, Chief Digital Officer, cuja função é liderar esta Transformação Digital em busca do maior benefício para sua organização. Sendo assim, o profissional deve ter um completo domínio dos processos de Management empresarial, bem como de técnicas analíticas, comunicação digital ou Internet of Things, entre outras. Este programa aborda precisamente todas as competências que o CDO deve desenvolver para ter uma trajetória de sucesso, apresentado em um formato 100% online que permite melhorar as expectativas profissionais e econômicas, evitando sacrificar as responsabilidades profissionais ou pessoais. Além disso, proporcionamos 10 *Masterclasses* abrangentes ministradas por uma referência internacional como Diretor Convidado.



MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer)
TECH Universidade Tecnológica



Posicione-se como um líder altamente qualificado em negócios e tecnologia com a TECH e as Masterclasses exclusivas incluídas neste programa 100% online"

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

Considerando que o CDO precisa cobrir uma infinidade de aspectos tecnológicos para ter sucesso em sua função, este programa propõe-se a fornecer as ferramentas, estratégias e conhecimentos adequados que terão um impacto direto em seu trabalho diário. Por esta razão, foi desenvolvido um abrangente conteúdo didático, contemplando as diferentes áreas da gestão tecnológica, controle de processos e condutas de liderança para o *Chief Digital Officer*.



“

Acesse a qualquer momento o melhor conteúdo didático, em uma sala de aula virtual disponível 24 horas por dia”

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

O MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer) lhe permitirá:

01

Dominar as diferentes soluções tecnológicas BPM e selecionar a que melhor se adapta a cada empresa

04

Desenvolver uma estrutura conceitual para a análise da maturidade digital e dos desafios em termos de estratégia, processos, e tecnologia, assim como da cultura e das pessoas que a organização enfrenta no novo paradigma digital

02

Identificar os processos de inovação que permitam a criação de novos produtos e serviços tecnológicos

05

Implantar a automação de processos e integração com clientes, fornecedores, funcionários, organizações, documentos, sistemas e tecnologia

03

Modelar e projetar os processos de negócios usando a metodologia BPM, mapeando e documentando os processos

06

Desenvolver uma visão estratégica que lhe permita liderar os processos de mudança da gestão da inovação e da transformação digital

07

Dominar as diferentes tendências tecnológicas que estão surgindo para que você possa ter uma visão estratégica e global ao aplicá-las em seus projetos

10

Conhecer e ponderar as diferentes tendências comportamentais dos usuários, assim como a nova comunicação que todas as empresas terão que enfrentar

08

Definir a estratégia digital, compreendê-la com uma visão de 360°, adaptada à experiência do cliente, bem como à experiência interna da empresa

11

Implementar o *Business Process Management* de forma oportuna e bem sucedida

09

Adquirir uma visão estratégica e a capacidade de definir um plano de marketing, através de uma análise minuciosa das ferramentas a serem utilizadas em: redes sociais, *influencer Marketing*, *email Marketing*, posicionamento SEO, *mobile Marketing* e ASO, campanhas de *Paid-media*, Marketing de afiliados, publicidade programática, programas de fidelidade e ações de *Co-Branding*

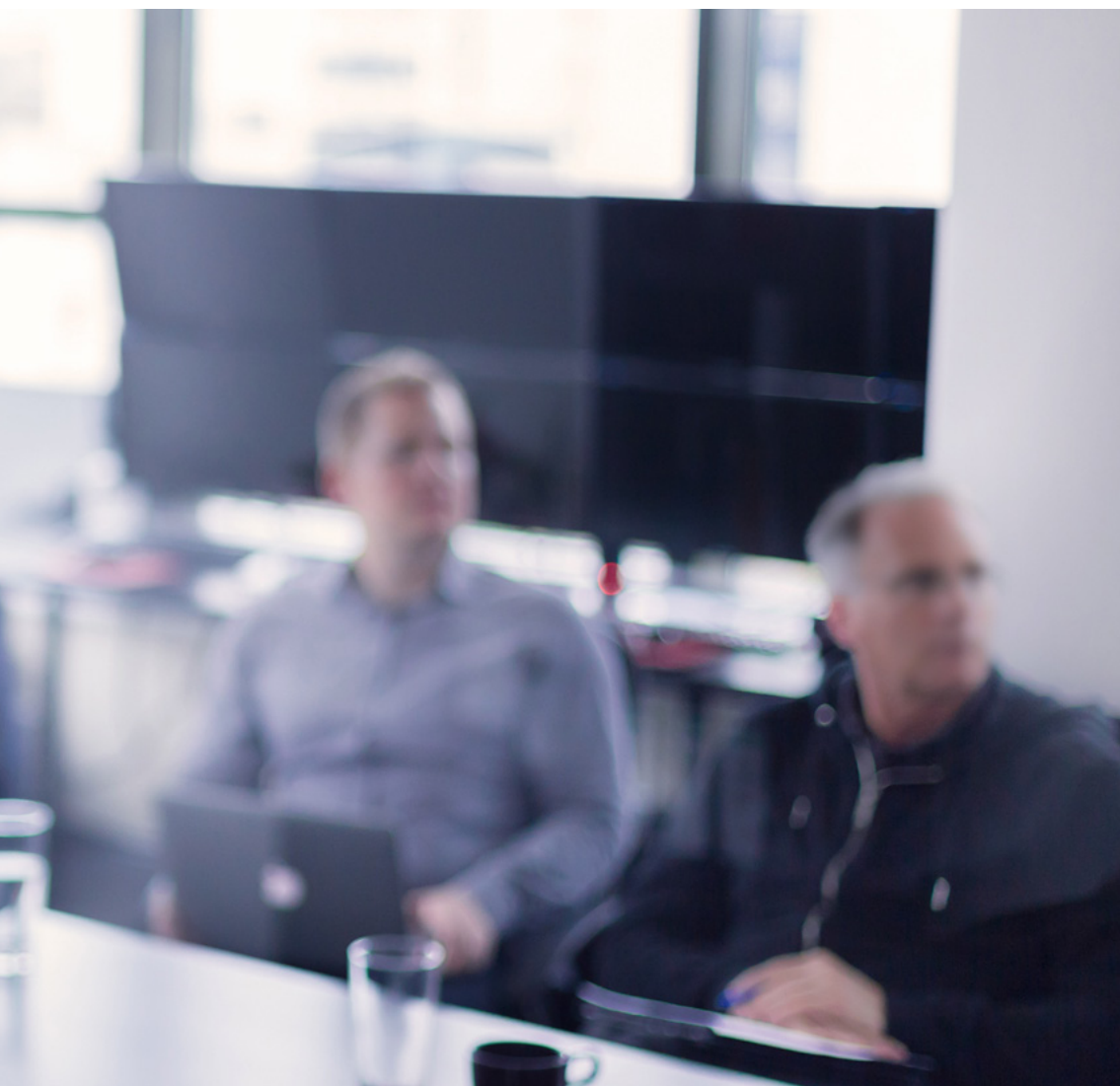
12

Elaborar modelos de processos considerando os tipos de notação mais utilizados, conhecendo seus aspectos relevantes, visando escolher o tipo certo de modelagem para cada cenário

13

Projetar o processo desejado e avaliar o seu desempenho, formulando indicadores de gestão de acordo com o nível da organização





14

Desenvolver estruturas sólidas sobre as principais questões jurídicas relacionadas aos processos de transformação digital, visando obter uma perspectiva crítica do impacto da tecnologia sobre a lei e os principais desafios que surgiram em âmbito digital

05

Competências

A Transformação Digital requer dos gestores uma série de competências refinadas, não apenas no âmbito tecnológico, mas também na gestão de ambientes dinâmicos, na análise de processos comerciais, assim como na otimização e controle desses processos. Portanto, os gestores encontrarão neste programa um conteúdo prático, orientado à melhoria contínua das competências, permitindo integrar as habilidades mais importantes da posição CDO em seu trabalho diário.





“

Seu trabalho, esforço e liderança se tornarão relevantes devido à gestão digital e competências adquiridas neste programa”

01

Compreender o impacto da transformação digital nos clientes, processos, modelos de negócios, talento humano e ferramentas de trabalho

02

Aplicar o uso de novas ferramentas tecnológicas em sua organização

03

Adquirir uma visão estratégica que lhe permita liderar os processos de mudança da gestão da inovação e da transformação digital

04

Criar uma equipe de transformação digital, entendendo quais áreas da empresa e perfis devem ser envolvidos

05

Analisar o impacto nos negócios resultante do uso das tecnologias atuais



06

Liderando as mudanças que estão transformando os processos organizacionais

08

Desenvolver a visão e a capacidade estratégica para definir um plano de marketing, assim como as ferramentas que estão sendo utilizadas atualmente

09

Liderar e gestionar a área de marketing digital corporativa

07

Analisar o ambiente digital: implicações, desafios e oportunidades, partindo de uma perspectiva de marketing

10

Dominar os avanços em novos formatos publicitários, tendo assim o conhecimento necessário para apostar em sua estratégia futura



11

Aplicar uma estratégia digital, analisando o impacto que ela está tendo em diferentes setores da atualidade

12

Reconhecer se a empresa tem os elementos necessários para uma implementação bem-sucedida do projeto BPM





13

Elaborar modelos de processos comerciais levando em conta os tipos de notação mais utilizados

14

Planejar e organizar os recursos disponíveis para garantir uma abrangente proteção jurídica da empresa

06

Estrutura e conteúdo

De acordo com a metodologia pedagógica do *Relearning*, todos os conteúdos deste programa favorecem uma aprendizagem natural e eficaz, que não exige um investimento de inúmeras horas de estudo para ter sucesso. Os inúmeros recursos multimídia, resumos em vídeo e casos simulados baseados em exemplos reais tornam a experiência acadêmica muito mais enriquecedora, inclusive tendo acesso a uma valiosa guia de referência para o dia-a-dia de um CDO.



“

Impulsione sua trajetória profissional rumo às mais altas posições na área digital com este MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer)”

Plano de estudos

O MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer) da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e decisões comerciais na área de gestão de projetos. O seu conteúdo foi elaborado para incentivar o desenvolvimento das habilidades de gestão, permitindo uma tomada de decisões mais precisa em ambientes de incerteza.

No decorrer das 2.700 horas de estudo, você analisará uma infinidade de casos práticos mediante um trabalho individual, o que lhe permitirá aprender de forma mais contextual, facilitando sua compreensão. Tratando-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa aborda a fundo as diferentes áreas da empresa e foi desenvolvido para especializar gerentes que entendam o gerenciamento de projetos a partir de uma perspectiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano pensado para o aluno, focado no aperfeiçoamento profissional e preparando-o para alcançar a excelência no âmbito da administração e gestão empresarial. Um programa que compreende suas necessidades e as de sua empresa através de conteúdo inovador baseado nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educacional e uma faculdade excepcional, que lhe dará as habilidades para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente

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

- Módulo 1** O Ambiente Digital nos Processos
- Módulo 2** A Transformação Digital nos Negócios
- Módulo 3** A Nova Era Digital: *Internet of Things (IoT)*
- Módulo 4** A Transformação Digital como uma Estratégia 360°
- Módulo 5** Canal de Marketing na Era Digital
- Módulo 6** Novas Condutas na Transformação Digital das Empresas
- Módulo 7** *Business Process Management (BPM)*
- Módulo 8** Modelagem e Análise de Processos
- Módulo 9** Controle e Otimização de Processos
- Módulo 10** Aspectos Jurídicos da Transformação Digital
- Módulo 11** Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa
- Módulo 12** Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
- Módulo 13** *Gestão Econômico-Financeira*
- Módulo 14** *Gestão Executiva*



Onde, quando e como é ensinado?

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

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

Módulo 1. O Ambiente Digital nos Processos

1.1. O mundo digital

- 1.1.1. Tendências e oportunidades
- 1.1.2. Transformação digital: opção ou necessidade
- 1.1.3. O impacto da era digital sobre os clientes

1.2. Impacto da transformação digital

- 1.2.1. Na comunicação interna e externa
- 1.2.2. Nos canais de vendas e clientes
- 1.2.3. Novos modelos de negócios

1.3. Gestão de processos

- 1.3.1. Processos
- 1.3.2. Processo e ciclo de Deming
- 1.3.3. Mapa de processos
 - 1.3.3.1. Direção estratégica
 - 1.3.3.2. Operações da cadeia de valor
 - 1.3.3.3. Suporte ou apoio

1.4. Otimização na gestão por processos

- 1.4.1. O enfoque baseado em processos
- 1.4.2. Fases da otimização de processos
- 1.4.3. A melhora contínua e a organização

1.5. Inovação em processos

- 1.5.1. Design Thinking
- 1.5.2. Abordagem Agile
- 1.5.3. Metodologia Lean Startup

1.6. Estratégias Digital na empresa

- 1.6.1. Marketing digital e e-commerce
- 1.6.2. Integrando o marketing tradicional e o digital
- 1.6.3. Ferramentas de marketing online

1.7. Ambiente organizacional

- 1.7.1. Gestão de mudanças
- 1.7.2. Estratégias de gestão de mudanças
- 1.7.3. Implementação de mudanças organizacionais

1.8. Análise e gestão de dados

- 1.8.1. História, evolução e tendências na análise da web
- 1.8.2. A importância da análise de dados
- 1.8.3. Big Data e a Inteligência Empresarial
 - 1.8.3.1. Big Data
 - 1.8.3.2. Business Intelligence (BI)

1.9. Inovação e tecnologia

- 1.9.1. Empresas inovadoras
- 1.9.2. Fatores de competitividade Criatividade e inovação
- 1.9.3. Inovação e gestão de processos

1.10. Aplicativos de uso e casos de sucesso

- 1.10.1. Caminho da transformação digital
- 1.10.2. Projetando a transformação digital
- 1.10.3. Como ter sucesso na transformação digital

Módulo 2. A Transformação Digital nos Negócios

2.1. Transformação digital e comercial

- 2.1.1. Digitalização vs. Transformação Digital
- 2.1.2. Social Business: Plataformas, processos e pessoas
- 2.1.3. Modelos de organização

2.2. Smart Company ou Empresa 4.0

- 2.2.1. Diferença entre Smart Company, Digital Company y Tradicional Company
- 2.2.2. Ferramentas de gestão em empresas nativas digitais
- 2.2.3. Projeto, fabricação, logística e distribuição da Empresa 4.0

2.3. Transformação Digital

- 2.3.1. Desafios da Transformação Digital
- 2.3.2. Vantagens da Transformação Digital
- 2.3.3. Barreiras da Transformação Digital

2.4. Tipologias de transformação digital

- 2.4.1. Transformação digital por tipo de negócio
- 2.4.2. Transformação digital por modelo de negócio
- 2.4.3. Transformação digital por perfil de usuário

2.5. Perfis que lideram a Transformação Digital por áreas

- 2.5.1. Tecnologia
- 2.5.2. Marketing e Growth
- 2.5.3. Recursos Humanos
- 2.5.4. Direção

2.6. Planejamento Estratégico de TI/SI

- 2.6.1. O Plano TI/SI
- 2.6.2. Estrutura de um Plano TI/SI
- 2.6.3. Fases de um Plano TI/SI

2.7. Gestão de projetos de Sistemas de Informação

- 2.7.1. Requisitos funcionais e não funcionais
- 2.7.2. Tipologias de Sistemas de Informação
- 2.7.3. Modelo entidade-relacionamento

2.8. Diferenças entre as metodologias

- 2.8.1. Diferenças entre Design Thinking, Lean Startup, Agile, Growth Hacking
- 2.8.2. Conhecendo detalhadamente a metodologia Growth Hacking
- 2.8.3. Outras metodologias: Design Sprint, Kanban e Six Sigma

2.9. Competências digitais

- 2.9.1. Visão estratégica, comunicativa e ágil
- 2.9.2. Análise de dados

- 2.9.3. Gestão da criatividade
- 2.9.4. Segurança

2.10. Consequências da Transformação Digital

- 2.10.1. Digitalização da sociedade
- 2.10.2. Divisão digital

- 2.10.3. Trabalho flexível, trabalho por objetivos e home-office

Módulo 3. A Nova Era Digital: Internet of Things (IoT)**3.1. Internet of Things**

- 3.1.1. Análise de Internet of Things
- 3.1.2. Escopo e evolução
- 3.1.3. Implicações da transformação para as companhias

3.2. Big Data

- 3.2.1. Big Data e Small Data
- 3.2.2. Os 4 V's do Big Data
- 3.2.3. Análise Preditiva
- 3.2.4. Abordagem Data Driven

3.3. Cloud Productivity

- 3.3.1. Características
- 3.3.2. Modelos de implementação
- 3.3.3. Níveis ou camadas

3.4. Tecnologia Blockchain

- 3.4.1. Blockchain
- 3.4.2. Benefícios do Blockchain
- 3.4.3. Aplicações do Blockchain no mundo empresarial

3.5. Inteligência Artificial (IA)

- 3.5.1. Inteligência Artificial
- 3.5.2. Tipos de inteligência artificial
- 3.5.3. Aplicações da Inteligência Artificial
- 3.5.4. Machine Learning vs. Inteligência Artificial

3.6. A realidade aumentada (RX)

- 3.6.1. Realidade Estendida
- 3.6.2. Realidade Virtual (RV)
- 3.6.3. Realidade Aumentada (RA)
- 3.6.4. Realidade Mista (RM)

3.7. Augmented humans ou human 2.0

- 3.7.1. Human enhancement technologies (HET)
- 3.7.2. Biohacking
- 3.7.3. Accelerated learning

3.8. Impressão 3D

- 3.8.1. Evolução e alcance da Impressão 3D
- 3.8.2. Tipos de impressão em 3D
- 3.8.3. Aplicações da impressão em 3D

3.9. Serviços Baseados em Localização (LBS)

- 3.9.1. Bluetooth Low Energy (BLE): Beacons
- 3.9.2. Localização GPS
- 3.9.3. Localização Wireless: Geofencing e Geotagging (RFID y NFC, códigos de barras, scanners QR)

3.10. Tecnologia 5G

- 3.10.1. Conectividade
- 3.10.2. Vantagens do 5G
- 3.10.3. Aplicações

Módulo 4. A Transformação Digital como uma Estratégia 360°

4.1. Estratégia 360°

- 4.1.1. Brand Awareness
- 4.1.2. Content mapping y customer journey
- 4.1.3. Estratégia Always On

4.2. Rebranding

- 4.2.1. Rebranding
- 4.2.2. Quando aplicar uma estratégia de Rebranding?
- 4.2.3. Como aplicar uma estratégia de Rebranding?

4.3. HR Marketing

- 4.3.1. Recruitment Marketing
- 4.3.2. Fases do HR Marketing
- 4.3.3. Estratégias de comunicação: interna e externa

4.4. Marketing de relacionamento

- 4.4.1. Marketing de relacionamento
- 4.4.2. Inbound Marketing
- 4.4.3. Ferramentas

4.5. Comunidades e ecossistemas de inovação

- 4.5.1. Ecossistemas de inovação
- 4.5.2. Tipos de perfis
- 4.5.3. Elementos-chave para ter uma comunidade interna e externa

4.6. Social Selling

- 4.6.1. Social Selling
- 4.6.2. Como aplicar uma estratégia de Social Selling?
- 4.6.3. Aplicações baseadas em Social Selling

4.7. Marketing experiencial

- 4.7.1. Marketing experiencial
- 4.7.2. Objetivos de uma campanha de Marketing Experiencial
- 4.7.3. Uso da tecnologia no Marketing Experiencial

4.8. Branded content e publicidade nativa

- 4.8.1. Branded content e Debranding
- 4.8.2. Content marketing X Brand journalism
- 4.8.3. Publicidade nativa

4.9. Real Time Marketing

- 4.9.1. Real Time Marketing
- 4.9.2. Preparação de uma campanha de Real Time Marketing
- 4.9.3. A personalização como um conceito chave
- 4.9.4. Responsabilidade social corporativa

4.10. Indicadores-chave de desempenho (KPIs) na era digital

- 4.10.1. Indicadores organizacionais
- 4.10.2. Indicadores de inovação
- 4.10.3. Indicadores de marketing

Módulo 5. Canal de Marketing na Era Digital

5.1. Redes sociais

- 5.1.1. Relacional
- 5.1.2. Entretenimento
- 5.1.3. Profissionais
- 5.1.4. Nicho

5.2. Influencer Marketing

- 5.2.1. Classificação dos influencers
- 5.2.2. Projeto de campanhas com influencers
- 5.2.3. Tipos de campanhas com influencers

5.3. E-mail marketing

- 5.3.1. Objetivos do E-mail Marketing
- 5.3.2. Fatores-chave do E-mail Marketing
- 5.3.3. E-mail automation

5.4. Página Web e SEO

- 5.4.1. Página Web
- 5.4.2. SEO Onpage
- 5.4.3. SEO Off page

5.5. Aplicações para celulares e ASO

- 5.5.1. Tipos de aplicações
- 5.5.2. Conceitos fundamentais
- 5.5.3. Posicionamento ASO

5.6. Campanhas pagas

- 5.6.1. Estratégia Paid - Media
- 5.6.2. Google ADS
- 5.6.3. Facebook ADS

5.7. Marketing de afiliação

- 5.7.1. Análise do marketing de afiliados
- 5.7.2. Tipos de marketing de afiliados
- 5.7.3. Aspectos fundamentais

5.8. Publicidade programática

- 5.8.1. Publicidade programática
- 5.8.2. Principais atores
- 5.8.3. Benefícios da publicidade programática
- 5.8.4. Real time Bidding (RTB)

5.9. Programas de fidelização

- 5.9.1. Programas de fidelização
- 5.9.2. Importância da Gamificação
- 5.9.3. Tipos de programas de fidelização

5.10. Co-Branding

- 5.10.1. Campanha de CoBranding
- 5.10.2. Tipos de CoBranding
- 5.10.3. CoBranding vs. Comarketing

Módulo 6. Novas Conduas na Transformação Digital das Empresas**6.1. Novos condutas adotadas**

- 6.1.1. Social distancing
- 6.1.2. A-commerce
- 6.1.3. Mentor to Protége (M2P)

6.2. Tendências na comunicação

- 6.2.1. Marketing inclusivo e social
- 6.2.2. Ecologia e proximidade
- 6.2.3. Humanização
- 6.2.4. Diferenciação

6.3. Evolução de conteúdos

- 6.3.1. Evolução do Fast Content
- 6.3.2. Conteúdo imediato
- 6.3.3. Do Storytelling ao Storydoing
- 6.3.4. O auge do conteúdo Premium

6.4. A evolução da busca

- 6.4.1. A intenção da busca
- 6.4.2. Voice Marketing
- 6.4.3. Visual Search
- 6.4.4. Buscas interativas

6.5. Avanços dos suportes

- 6.5.1. A publicidade digital OOH
- 6.5.2. Televisão conectada e vídeo Over-the-top (OTT)
- 6.5.3. Podcasting e áudio online
- 6.5.4. Streaming

6.6. Customer Centric

- 6.6.1. Customer Centric vs. Customer Experience vs. Product centric
- 6.6.2. User Generated Content
- 6.6.3. Share of voice
- 6.6.4. Personalização

6.7. A evolução do Ecommerce

- 6.7.1. Evolução e perspectivas
- 6.7.2. Tipos de sistemas
- 6.7.3. Tipos de e-commerce

6.8. Economia comportamental

- 6.8.1. Economia comportamental
- 6.8.2. Tipos de viés e Nudges
- 6.8.3. CRO
- 6.8.4. UX x UI

6.9. Transformação Digital Físico + Digital

- 6.9.1. Era da digitalização
- 6.9.2. Social, Location e Mobile (SoLoMo)
- 6.9.3. Evolução dos métodos de pagamento
- 6.9.4. Novos desafios para o varejo

6.10. Evolução por setores no ambiente digital

- 6.10.1. Turismo
- 6.10.2. Mobilidade
- 6.10.3. Saúde

Módulo 7. Business Process Management (BPM)

7.1. Arquitetura empresarial

- 7.1.1. Visão holística da arquitetura empresarial
- 7.1.2. Cadeia de valor
- 7.1.3. Arquitetura de processos

7.2. Diagnóstico do BPM

- 7.2.1. Business Process Management
- 7.2.2. Motores do negócio
- 7.2.3. Elementos necessários para uma implementação bem-sucedida
- 7.2.4. Ciclo de maturidade

7.3. Princípios do BPM

- 7.3.1. Adaptabilidade do contexto
- 7.3.2. Continuidade
- 7.3.3. Desenvolvimento de competências
- 7.3.4. Holismo
- 7.3.5. Institucionalização
- 7.3.6. Participação dos atores-chave
- 7.3.7. Linguagem e Comunicação
- 7.3.8. Propósito
- 7.3.9. Simplicidade
- 7.3.10. Apropriação da tecnologia

7.4. Benefícios do BPM

- 7.4.1. Empresariais
- 7.4.2. Clientes
- 7.4.3. Gestão
- 7.4.4. Stakeholders
- 7.4.5. Aplicações BPM
 - 7.4.5.1. Business Process Management (BPI)
 - 7.4.5.2. Enterprise Process Management (EPM)
 - 7.4.5.3. Continuous Refinement (CR)

7.5. Aplicação setorial do BPM

- 7.5.1. Instituições financeiras
- 7.5.2. Telecomunicações
- 7.5.3. Saúde
- 7.5.4. Seguros
- 7.5.5. Administração pública
- 7.5.6. Indústria manufatureira

7.6. Modelos de referência de processos

- 7.6.1. Modelo APQC
- 7.6.2. Modelo SCOR

7.7. Centro de Excelência (CoE)

- 7.7.1. Funções e benefícios do COE
- 7.7.2. Passos para estabelecer um COE e um modelo de governança

7.8. Passos para o sucesso do BPM

- 7.8.1. Descobrir e simplificar
- 7.8.2. Capturar e documentar
- 7.8.3. Publicar e animar
- 7.8.4. Projetar e aprimorar
- 7.8.5. Simular e otimizar
- 7.8.6. Gerar e executar
- 7.8.7. Monitorar e gestionar

7.9. Desafios do Business Process Management

- 7.9.1. Riscos dependendo da etapa do processo
- 7.9.2. Estratégias para superar os riscos
- 7.9.3. Erros na implementação

7.10. Considerações para iniciar um Projeto BPM

- 7.10.1. Selecionar o ponto de partida correto
- 7.10.2. Engajamento com os usuários
- 7.10.3. Medição desde o início

Módulo 8. Modelagem e Análise de Processos**8.1. Modelagem de processos**

- 8.1.1. Propósitos da modelagem de processos
- 8.1.2. Benefícios da utilização de um modelo de notação padronizado
- 8.1.3. Considerações para a seleção de um modelo de notação

8.2. Business Process Modelling Notation (BPMN)

- 8.2.1. Componentes de BPMN
- 8.2.2. Tipos de gráficos de BPMN
- 8.2.3. Vantagens do BPMN
- 8.2.4. Desvantagens do BPMN

8.3. Outros tipos de modelagem de processos

- 8.3.1. Swim Lanes
- 8.3.2. Flow Charting
- 8.3.3. Event Process Chain (EPC)
- 8.3.4. Unified Modeling Language (UML)
- 8.3.5. Integrated Definition Language (IDEF)
- 8.3.6. Value Stream mapping

8.4. Abordagens da Modelagem de processos

- 8.4.1. Cadeia de valor
- 8.4.2. Supplier Input Process Output Customer (SIPOC)
- 8.4.3. System Dynamics

8.5. Níveis de modelagem de processos

- 8.5.1. Perspectiva empresarial
- 8.5.2. Perspectiva de negócio
- 8.5.3. Perspectiva operacional

8.6. Captura de informações

- 8.6.1. Observação direta
- 8.6.2. Entrevistas
- 8.6.3. Pesquisas
- 8.6.4. Workshops estruturados
- 8.6.5. Conferência via Web

8.7. Software de modelagem (BPMS)

- 8.7.1. AuraPortal
- 8.7.2. Bizagi Modeler
- 8.7.3. Trisotech
- 8.7.4. iGrafx
- 8.7.5. IBM Blueworks Live
- 8.7.6. OnBase by Hyland
- 8.7.7. Oracle BPM Suite
- 8.7.8. Signavio

8.8. Análise do processo

- 8.8.1. Fase de implementação
- 8.8.2. Funções na análise
- 8.8.3. Fatores para analisar os processos
- 8.8.4. Análise Econômica
- 8.8.5. Árvore de causa e efeito
- 8.8.6. Análise de risco
- 8.8.7. Análise de capacidade de recursos
- 8.8.8. Análise do talento humano

8.9. Considerações para a análise de processos

- 8.9.1. Liderança a nível gerencial
- 8.9.2. Maturidade da gestão por processos
- 8.9.3. Evitar solucionar durante a análise
- 8.9.4. Uma análise eficiente
- 8.9.5. Resistência potencial
- 8.9.6. Omissão de culpabilidade em não conformidades
- 8.9.7. Entendendo a cultura organizacional
- 8.9.8. Foco no cliente
- 8.9.9. Disponibilidade de recursos

8.10. Simulação de processos de negócio

- 8.10.1. Considerações técnicas e políticas para uma simulação
- 8.10.2. Passo-a-passo da simulação de processos de negócio
- 8.10.3. Ferramentas de simulação

Módulo 9. Controle e Otimização de Processos

9.1. Desenho de processos

- 9.1.1. Aspectos fundamentais do desenho de processos
- 9.1.2. Transição do "As-is" para o "TO BE"
- 9.1.3. Análise econômica do processo "TO BE"

9.2. Rumo ao controle de desempenho do processo

- 9.2.1. Considerando o nível de maturidade do processo
- 9.2.2. Interpretações do desempenho
- 9.2.3. Aspectos mensuráveis
- 9.2.4. Projeto de medição do desempenho

9.3. Medição e controle de desempenho de processos

- 9.3.1. Importância da medição dos processos
- 9.3.2. Indicadores de gestão de processos
- 9.3.3. Passos para criar indicadores de gestão

9.4. Métodos para medir e controlar o desempenho

- 9.4.1. Mapa de fluxo de valor (VSM)
- 9.4.2. Sistemas de custeio baseados em atividades
- 9.4.3. Controle estatístico

9.5. Controle estatístico de processos

- 9.5.1. Parâmetros estatísticos
- 9.5.2. Análise de variabilidade
- 9.5.3. Cartas de controle
- 9.5.4. Planos de amostragem

9.6. Mineração de processos

- 9.6.1. Estado da arte da mineração de processos
- 9.6.2. Metodologia da mineração de processos
- 9.6.3. Fatores a considerar para a implementação

9.7. Inteligência de processos

- 9.7.1. A inteligência de processos
- 9.7.2. Ferramentas BAM (Business Activity Monitoring)
- 9.7.3. Painel de Avaliação (Dashboards)

9.8. Gestão de mudanças

- 9.8.1. Resistência à mudança
- 9.8.2. Gestão da incerteza no talento humano
- 9.8.3. Processo de gestão de mudanças

9.9. Transformação da organização

- 9.9.1. Além da melhoria
- 9.9.2. Transformação da organização
- 9.9.3. Otimização contínua

9.10. Uma nova gestão de processos empresariais

- 9.10.1. Aspectos de uma organização orientada aos processos
- 9.10.2. Avaliação da maturidade organizacional
- 9.10.3. Implementação do modelo de governança
- 9.10.4. Elaboração do roteiro do BPM

Módulo 10. Aspectos Jurídicos da Transformação Digital**10.1. A lei na transformação digital**

- 10.1.1. Relação entre a lei e a tecnologia
- 10.1.2. Desafios para a lei na era digital
- 10.1.3. Formas de associação
- 10.1.4. Big Data
- 10.1.5. Desafios jurídicos da inteligência artificial
- 10.1.6. Aspectos tributários

10.2. Contratação empresarial

- 10.2.1. Conceptualização da contratação empresarial
- 10.2.2. Contratos de transferência de tecnologia
- 10.2.3. Smart Contracts
- 10.2.4. Cloud Computing
- 10.2.5. O contrato de trabalho digital
- 10.2.6. Trabalho remoto

10.3. Propriedade intelectual

- 10.3.1. Direitos autorais e direitos conexos
- 10.3.2. Conteúdo multimídia e medidas de proteção no ambiente digital
- 10.3.3. Sistema internacional de direitos autorais
- 10.3.4. Sinais distintivos (marcas, nomes, insígnias comerciais e denominações de origem)
- 10.3.5. Patentes (para invenções, modelos de utilidade e desenhos industriais)
- 10.3.6. Nomes de domínio

10.4. Informática jurídica

- 10.4.1. Blockchain
- 10.4.2. Assinatura digital e assinatura eletrônica
- 10.4.3. Informática forense

10.5. Concorrência/antitruste

- 10.5.1. Análise de mercado: Microeconomia
- 10.5.2. A lei de concorrência na era digital
- 10.5.3. Estratégias de defesa e conformidade

10.6. Acordos de livre comércio

- 10.6.1. Elementos fundamentais dos acordos de livre comércio
- 10.6.2. Vantagens competitivas da gestão de acordos de livre comércio
- 10.6.3. Principais acordos de livre comércio na área digital

10.7. Avaliação de ativos intangíveis

- 10.7.1. Classificação dos ativos intangíveis
- 10.7.2. Normas internacionais de avaliação de ativos
- 10.7.3. Tendências atuais na economia intangível

10.8. Proteção de dados pessoais

- 10.8.1. Conceitos aplicáveis
- 10.8.2. Bases de dados
- 10.8.3. Big Data
- 10.8.4. A proteção de dados na União Europeia e nos EUA

10.9. Proteção dos direitos do consumidor

- 10.9.1. Direitos do consumidor
- 10.9.2. Regulação internacional do comércio eletrônico
- 10.9.3. Arbitragem de consumo
- 10.9.4. Tendências

10.10. Legal TECH

- 10.10.1. Legal TECH for documents
- 10.10.2. Legal TECH for contracts
- 10.10.3. Legal TECH for finance
- 10.10.4. Legal TECH for design
- 10.10.5. Legal TECH for evidence

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

11.1. Globalização e Governança

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

11.2. Liderança

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

11.3. *Cross Cultural Management*

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

11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança

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

11.5. Ética empresarial

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

11.6. Sustentabilidade

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

11.7. Responsabilidade Social da Empresa

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

11.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

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

11.9. Multinacionais e direitos humanos

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

11.10. Entorno legal e *Corporate Governance*

- 11.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
- 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos**12.1. Gestão estratégica de pessoas**

- 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
- 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas

12.2. Gestão de recursos humanos por competências

- 12.2.1. Análise do potencial
- 12.2.2. Política de remuneração
- 12.2.3. Planos de carreira/sucessão

12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho

- 12.3.1. Gestão de desempenho
- 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo

12.4. Inovação na gestão 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 pessoal

- 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 faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

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

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

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



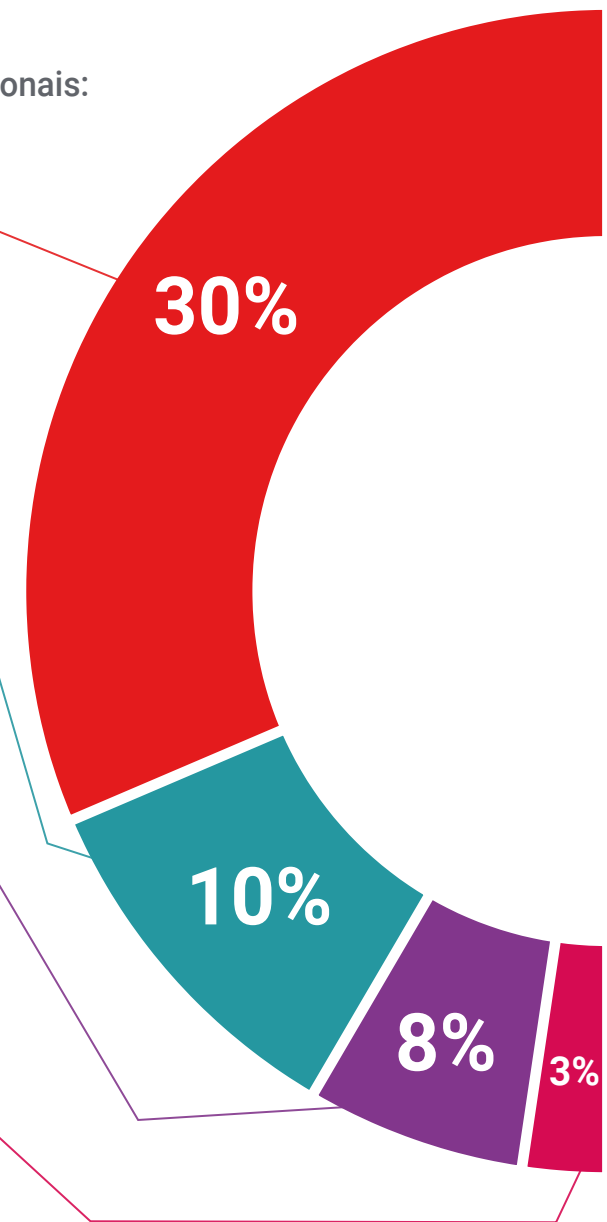
Práticas de habilidades gerenciais

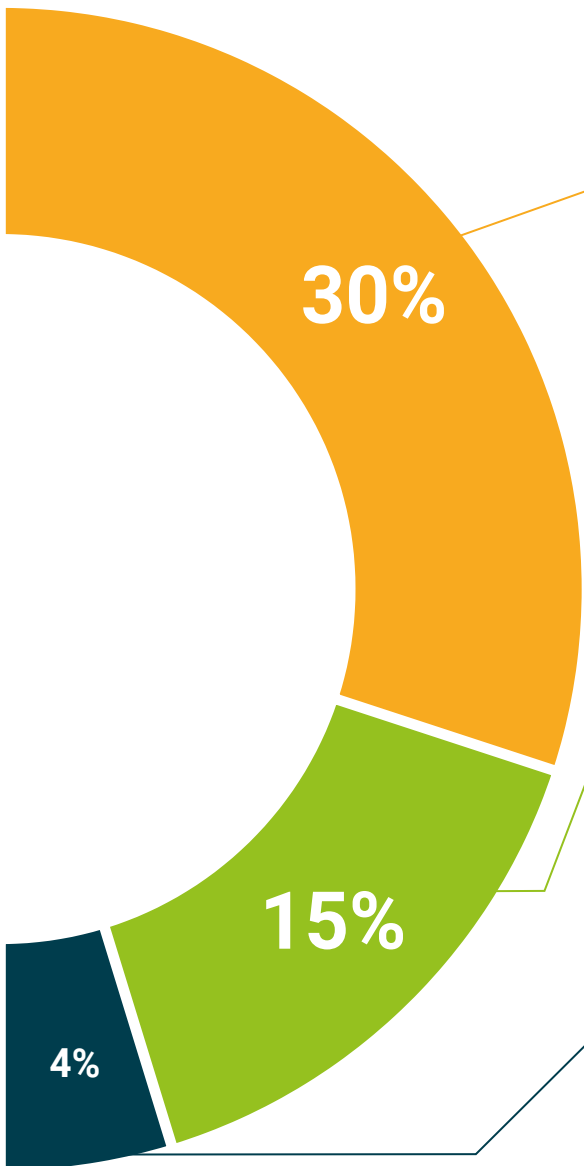
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

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





Estudos de caso

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



08

Perfil dos nossos alunos

O MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer) é um programa destinado a profissionais de gestão ou empreendedores que desejam atualizar seus conhecimentos, descobrir novas maneiras de inovar, assim como avançar na carreira profissional.

A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



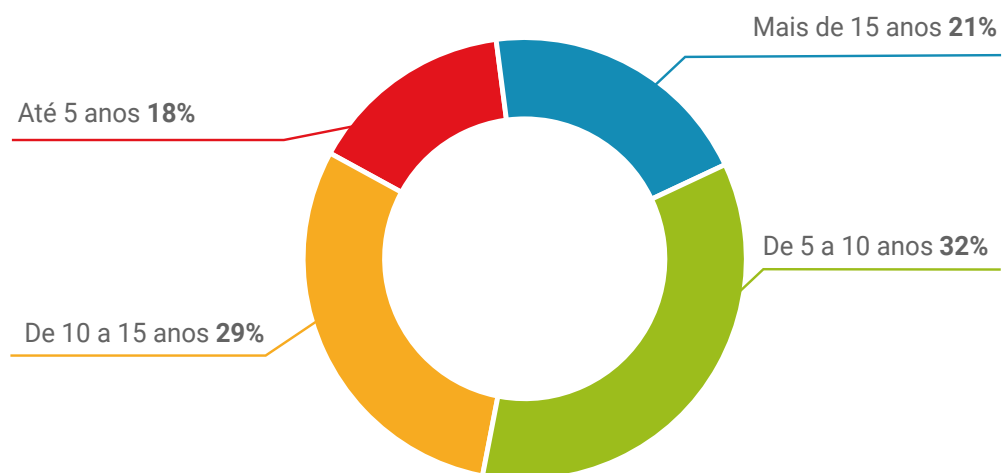
“

Se você está buscando uma significativa melhora em sua trajetória profissional enquanto permanece trabalhando, este é o programa ideal para você”

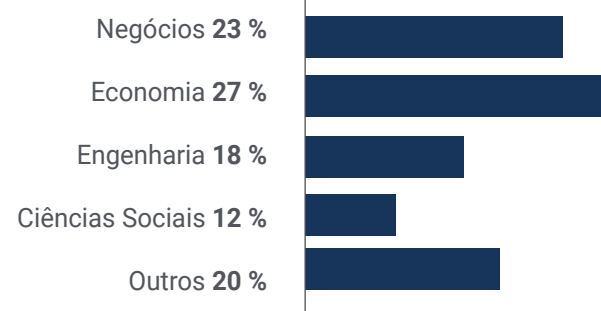
Média de idade

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

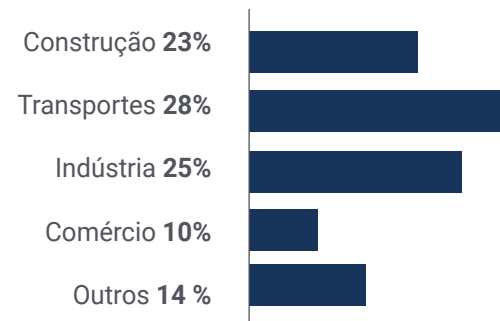
Anos de experiência



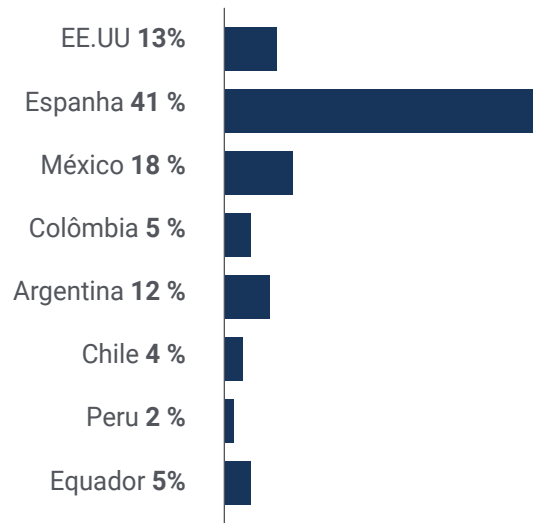
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Ricardo Rodio

Project Manager

"Há algum tempo eu estava procurando um programa que me permitisse entrar no mundo digital de forma abrangente, descobrindo os principais avanços nesta área relacionados com a gestão de processos e projetos. Sem dúvida, a TECH me proporcionou a oportunidade de concluir minha qualificação neste campo, obtendo grandes benefícios no âmbito profissional"

09

Direção do curso

A equipe de professores deste programa conta com especialistas destacados na Gestão de Projetos, que trazem a experiência adquirida durante anos de trabalho. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio nas áreas relacionadas, participam de sua criação, completando o mestrado de forma interdisciplinar, tornando-o, portanto, uma experiência única e altamente enriquecedora para o aluno.



“

*Uma excelente equipe de professores
lhe fornecerá as ferramentas
fundamentais para sua prática diária”*

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 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 Copenhagen
- ♦ Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhagen



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. Barrientos, Giancarlo

- ♦ Engenheiro de Sistemas da Informação
- ♦ Especialização em Engenharia de Software pela U.S.A.L de Buenos Aires, Argentina Começou sua experiência profissional com foco em vários mercados na América Latina e Europa como engenheiro de software para a Young & Rubicam Brands, Rocket Internet GmbH e Grupo Clarín
- ♦ Criador de uma empresa de tecnologia para a transformação digital da indústria de seguros na Argentina, logística no México e imobiliária na Colômbia, que vende para um grupo empresarial de seguros
- ♦ IT Manager em Assist-365



Sr. David Nieto-Sandoval González-Nicolás

- ♦ Engenheiro Técnico Industrial pela E.U.P de Málaga
- ♦ Engenheiro Industrial pela E.T.S.I.I. de Ciudad Real
- ♦ Responsável pela proteção de dados (DPO), Universidade Antonio Nebrija
- ♦ Especialista em gestão de projetos e consultor empresarial e mentor em organizações como a Youth Business Spain ou COGITI da Ciudad Real
- ♦ CEO da Startup GoWork focada em gestão de competências e desenvolvimento profissional e expansão de negócios através de hiperlabelling
- ♦ Editor de conteúdo de treinamento tecnológico tanto para entidades públicas quanto privadas
- ♦ Professor aprovado pela EOI nas áreas de indústria, empreendedorismo, recursos humanos, energia, novas tecnologias e inovação tecnológica

Professores

Sra. Laura García Salvador

- ◆ Graduação em Publicidade e Relações Públicas, Administração e Gestão de Empresas
- ◆ Mestrado em Marketing Digital na ESIC (Espanha)
- ◆ Começou sua experiência profissional na agência de publicidade CONTRAPUNTO BBDO, Criadora de: Adopta Un Abuelo (ONG) e Ruralka Hoteles (Clube de Qualidade de Hotéis com Encanto)

Sr. Andrés Goenaga Peña

- ◆ Advogado e escritor
- ◆ Mestrado em Propriedade Industrial, Direitos Autorais e Novas Tecnologias pela Universidad Externado de Colombia
- ◆ Experiência em assessoria em questões relacionadas a políticas de privacidade e processamento de dados pessoais, plataformas digitais, processos de licenciamento de software e transferência de tecnologia, análise de dados e conteúdos digitais

Sra. Stephanie Garrido

- ◆ Engenheira Industrial
- ◆ Pós-graduação em Coaching, PNL e liderança de equipes, logística e gestão de processos pela Escola de Negócios Europea de Barcelona
- ◆ Experiência na coordenação de operações e processos logísticos
- ◆ Participação como líder na gestão de projetos para a otimização de processos no setor de Saúde e Segurança Ocupacional Adicionalmente, no desenvolvimento de sistemas de informação para automatizar o desempenho das operações de segurança e logística de veículos

Sra. María Daniela Gómez

- ◆ Engenheira Industrial pela Universidade del Norte
- ◆ Curso de formação pedagógica
- ◆ Experiência no setor produtivo e educacional
- ◆ Experiência no ensino, bem como na concepção de projetos e otimização de processos através do uso de indicadores de gestão
- ◆ Líder na implementação de ferramentas tecnológicas para melhorar o desempenho na atenção ao usuário



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

10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um programa com estas características é um grande investimento econômico, profissional e, é claro, pessoal. O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional. É por isso que colocamos todos os nossos esforços e ferramentas à disposição do profissional, visando a aquisição das competências necessárias para alcançar esta mudança



“

Na TECH, estamos totalmente comprometidos em ajudá-lo a alcançar a mudança profissional que você deseja”.

Você está preparado para crescer profissionalmente? Um excelente crescimento profissional espera por você.

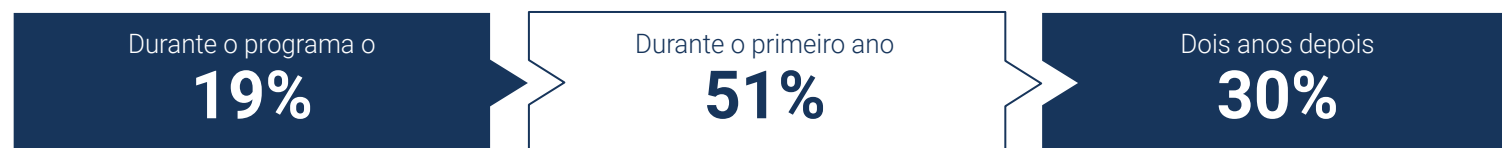
O MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer) da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e decisões comerciais na área da transformação digital. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

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

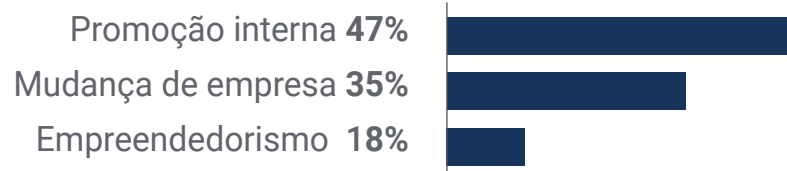
Uma oportunidade única para melhorar suas perspectivas profissionais.

Conquiste a qualificação profissional desejada após concluir esta completa capacitação.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

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



11

Benefícios para a sua empresa

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





“

Através deste programa, você proporcionará à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão resultar em importantes mudanças 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 Executive Master MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer) garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Executive Master MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer)** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

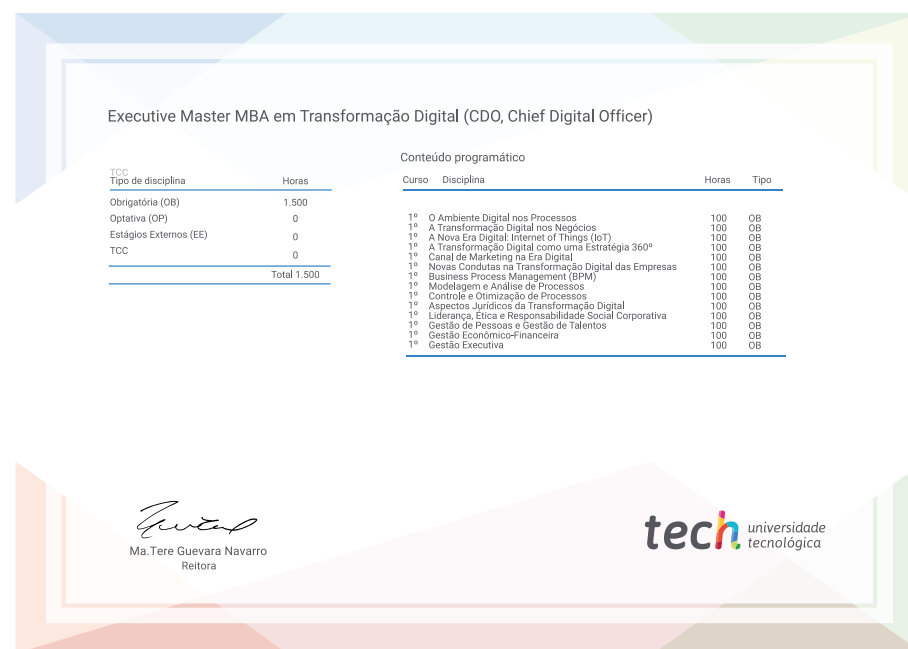
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer)**

Modalidade **online**

Duração: **12 meses**



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



Executive Master

MBA em Transformação Digital (CDO, Chief Digital Officer)

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

Executive Master

MBA em Transformação Digital
(CDO, Chief Digital Officer)

